

Michalkó Gábor

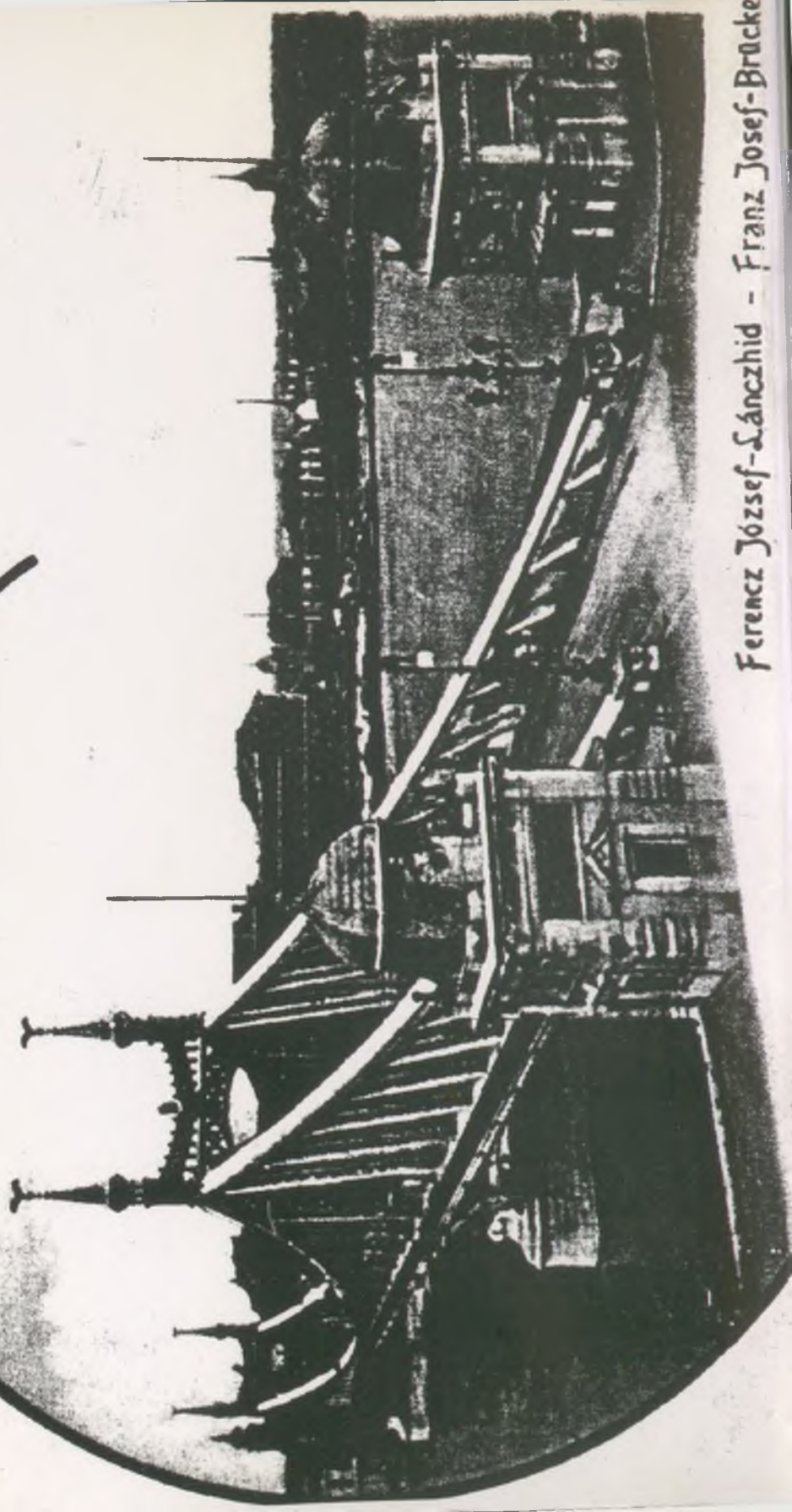


A városi turizmus



elmélete és gyakorlata

Budapest



Ferencz József-Lánczhid - Franz Josef-Brücke

Michalkó Gábor

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

MTA

Földrajztudományi Kutató Intézet

Budapest, 1999

Lektorálta: Dr. Kollarik Amália, a Veszprémi Egyetem Turizmus
Tanszékének kutató professzora
Ifju György, a Budapesti Turisztikai Hivatal igazgatója
Szerkesztette: Tóth Csaba
Illusztrálta: Medve Katalin

A könyv megjelenését támogatta:
Fővárosi Önkormányzat Turisztikai Bizottsága
Országos Tudományos Kutatási Alapprogramok
Eravis Rt.

© Michalkó Gábor
ISBN: 963 7395 85 7

Magyar Tudományos Akadémia Földrajztudományi Kutató Intézet
Felelős kiadó: *dr. Schweitzer Ferenc* igazgató
Nyomdai előkészítés: **T&A Print Bt**
Nyomdai munkák: **Exeon Bt**

A bizalmatokért

„Jobb megvizsgálni egy kérdést, anélkül bár, hogy döntenénk felőle,
mint eldönteni, anélkül, hogy megvizsgáltuk volna.“

(Joseph Joubert)

1754-1824



TARTALOMJEGYZÉK

ELŐSZÓ

BEVEZETŐ

VÁROSOK A VILÁG TURIZMUSÁBAN

A városi turizmus problematikája

Az európai városok versenye a turistákért

A városi célterületek felértékelődése

A város mint szabadidős tér

A város motivációs szerepe

TURIZMUSPOLITIKA ÉS VÁROSFEJLESZTÉS

Budapest turizmusának történeti és városfejlesztési vonatkozásai

A kezdetektől 1918-ig

Az 1919-1945 közötti időszak

1946-tól napjainkig

A turizmus funkció és feltételrendszerének kapcsolata

Az elsődleges és másodlagos idegenforgalmi szuprastruktúra

Az igazgatási szféra szerepe Budapest turizmusában

A kerületi önkormányzatok szerepvállalása Budapest turizmusában

A Fővárosi Önkormányzat turizmuspolitikája

Budapest idegenforgalmi marketingje

A turizmus fejlesztésének önkormányzati feladatai és lehetőségei

A kerületi önkormányzatok fejlesztési terveinek területi vonatkozásai

A Fővárosi Önkormányzat fejlesztési terveinek területi vonatkozásai

Egy turistaközpont fejlesztési feladatai

A városi közlekedéspolitika idegenforgalmi vetülete

Az úthálózat

A parkolás

A tömegközlekedés

A taxiszoállítás

Környezeti hatások

A VÁROSI TURIZMUS TÁRSADALMI HATÁSAI

A városi turizmus társadalmi környezete

Budapest vendégeinek csoportspecifikus elemzése

Egy turistaközpont vendégeinek csoportspecifikus elemzése

A helyi társadalom és a turizmus kapcsolata egy turistaközpontban

A turizmus várható előnyei és hátrányai

A turizmus életvitelre gyakorolt hatása

Vállalkozási szándék a turizmusban

Budapest idegenforgalmi felkészültségének értékelése

A külföldiek véleménye Budapest turizmusáról

A helyi társadalom véleménye egy turistaközpontról

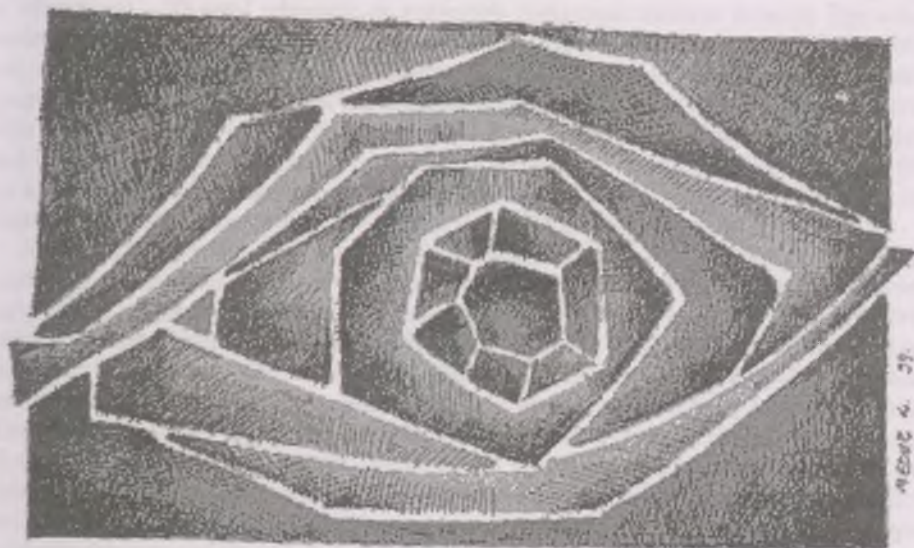
A városi turizmus résztvevőinek térbeli magatartása

Egy turistaközpont vendégeinek térbeli magatartása

Budapest, célpont vagy állomás?

A VÁROSI TURIZMUS STRATÉGIAI SZEREPE A HELYI GAZDASÁGBAN	89
Kizsákmányolni vagy támogatni ?	91
A turizmus Budapest gazdasági életében	92
A turizmus finanszírozási kérdései az önkormányzatoknál	94
A fizetővendéglátás szerepe Budapest turizmusában	97
A fizetővendéglátás értelmezése	98
A budapesti fizetővendéglátás történeti kérdései	98
A fizetővendéglátás funkciói	100
A fizetővendéglátás piaci előnyei	101
A budapesti fizetővendéglátás helyzete	102
A statisztika tükrében	103
Egy felmérés tükrében	104
Az önkormányzati szerepvállalás a fizetővendéglátásban	107
Városok és konferenciák	109
Budapest a konferenciaturizmus piacán	110
A budapesti konferenciaturizmus infra- és szuprastruktúrája	112
A konferenciaturizmus multiplikátor hatása	114
Konferenciák a turizmuspolitika tükrében	116
A VÁROSI TURIZMUS BIZTONSÁGA	119
A bűnözés idegenforgalmi vonatkozásai Budapesten	121
A bűnözésföldrajz szerepe az idegenforgalmi kutatásban	122
A bűnügyi információbázis összeállítása	123
A városi bűnözés és a turizmus kapcsolata	124
Veszélyeztetett csoportok	124
Veszélyes területek és időszakok	126
Egy turistaközpont bűncselekményeinek területi vonatkozásai	130
A bűnmegelőzés gyakorlata	133
A turizmus és fogyasztóvédelem Budapesten	134
A VÁROSI TURIZMUS VIZSGÁLATÁNAK MÓDSZEREI	137
A turizmus alkalmazott szociálgeográfiai szempontú elemzése	139
A hivatalos statisztika	140
Közzé nem tett adatok	140
Történeti források	141
Saját adatgyűjtés	141
Egy idegenforgalmi információbázis összeállítása	142
Európai vizsgálatok	144
ÖSSZEGZÉS	145
SUMMARY	147
IRODALOM	157

Előszó



A VÁROSI TURIZMUS ELMÉLETE ÉS GYAKORLATA

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata



A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A könyv olyan, mint egy gyermek, akit a szülők akkor is büszkén mutatnak be a külvilágnak, ha az nem mindenben felel meg az ideáknak. Története a születése előtt kezdődik. Végleges fejlettségét, alakját talán soha sem éri el. Meghatározó azonban a szülő szerepe, aki mintát ad, gondolkodásra nevel. Az előszó legyen hát a „szülő” és mindazok bemutatása, akik a „gyermek” alakításában szerepet játszottak.

Az egyetem elvégzését követően az MTA Tudományos Minősítő Bizottságának ösztöndíjasaként a Földrajztudományi Kutató Intézetbe kerültem, ahol *Berényi István* aspiránsa lettem. Első találkozásunkkor ott ültünk az Andrássy úti épület lenyűgöző igazgatói szobájában, és arról tanakodtunk, hogy mi legyen az elkövetkezendő három év témája. Én szerettem volna kiszélesíteni a szombathelyi Országos Tudományos Diákköri Konferencián sikeresen szereplő kutatásomat – Budapest VII. kerületének szociálgeográfiai vizsgálatát –, Ő erről lebeszélte, és szélesebb spektrumú témákat javasolt. Egy német fiatalemberről mesélt, aki Budapest térképeket dugdosott a külföldi turisták elé, arra kérve őket, rajzolják be, merre jártak a városban. Ez felkeltette az érdeklődésemet, és meggyeztünk, a Budapest és a szociálgeográfia marad, az Erzsébetvárost pedig a turizmus váltja fel. Így született meg a „Budapest idegenforgalmának szociálgeográfiai vizsgálata” című kutatási program, melynek eredményeit feldolgozva – a *Marosi Sándor* vezette földrajz szakbizottság rugalmasságának köszönhetően – 1998 áprilisában megvédtem az időközben elkészített, e könyv alapjául szolgáló kandidátusi értekezésemet.

Az intenzív kutatómunka, a publikálás, a vizsgákon való megfelelés és a kandidátúra nyomasztó terhei alóli átmeneti feloldást követő napokban került sor egy találkozásra, amely döntő szerepet játszott e könyv megírásában. *Zsolnai Józseffel*, az egykori Törökbálinti Kísérleti Iskola kutatásvezetőjével a Szent István körúti PSZM¹ irodában találkoztunk, hogy – mint iskolájának turizmus földrajz tanára – beszámoljak pedagógiai tudásomról. Előre felkészültem a „beszélgetésre”, ami annyit jelentett, hogy időben eljuttattam a Tanár úrhoz egy friss publikációm. Nem titkolt célom az volt, ha elakadnék, akkor saját tudományomra terelhessem a szót. De erre nem került sor, mert Zsolnai tanár úr a kandidátusi értekezésem felől érdeklődött: kiadják-e? Majd egy félmondattal hozzáfűzte, manapság nem nagyon rúghat labdába az a kutató, aki nem jelentetett meg önálló könyvet. Ezzel sikerült azt a minimális önértéket is szertefosztatnia, amit a tudományos fokozat megszerzése addig táplált bennem. Elűtetett azonban egy kis csírá, amelyből megszületett a könyv, és amely motivált annak írása közben.

A könyv koncepciója – miszerint szakkönyv, amelyből elsősorban tanulni és tanítani lehet – kialakításában szerepe volt *Nemes Nagy Józsefnek*, az ELTE Regionális Földrajz tanszék vezetőjének is. Tőle 1998 őszén kaptam felkérést, hogy a városi turizmus témakörben tartsak speciálkollégiumot. Magam is meglepődtem, amikor az első foglalkozás katalógusán 37 név szerepelt. Ezzel párhuzamosan a JPTE² Törökbálinti Kísérleti Iskolájában is egy új tárgy oktatásába kezdtem, az Iskolafejlesztési Alapítvány „Utazás & Turizmus” programját igyekeztem adaptálni az Értékközvetítő és Képességfejlesztő Pedagógiához.

¹ PSZM: Pedagógus Szakma Megújítása projekt

² JPTE: Janus Pannonius Tudományegyetem, Pécs

A könyv története megkívánja a magyarázatot, hogy mi köze van egy geográfusnak a turizmushoz. Kutatásaim során sokfelé megfordultam, a szakma számos képviselőjével beszélgettem, és arra a következtetésre jutottam, sokan úgy vélik, ha részt vettek néhány társasutazáson, esetleg a turizmusban dolgozó vállalkozók, vagy menedzserek, akkor ők a turizmus kérdéseinek legfőbb korifeusai. Az általam készített interjúk során – annak ellenére, hogy a hozzáférhető idegenforgalmi szakirodalmat ismerem, saját kutatási eredményeket is felmutathatok, és nyaranta, telepített idegenvezetőként, gyakorlati tapasztalatokat is szereztem Szicíliában – megfogalmazódott bennem a kétely: lehet, hogy nekem is csak elképzeléseim vannak a turizmus ügyeiről? Féltem, bármikor a fejemre olvashatják, hogy nem tanult szakmám az idegenforgalom. Így nagy várakozásokkal iratkoztam be a Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola idegenforgalmi és szállodaipari szakközgazdász képzésére, hogy pótoljam a – vélt vagy valós – hiányzó ismereteket. Nem csalódtam.

A tanulmányaim befejeztével azonban megerősödött bennem, hogy ha a turizmushoz továbbra is a praxis szintjén közelítünk, ha a hangsúlyokat továbbra is annak ökonómiai vetületére helyezzük, és nem nyitunk sokkal erőteljesebben a társtudományok felé, nem tárjuk fel intenzívebben a lehetséges együttműködési pontokat, akkor a turizmus önálló diszciplínává való fejlődése beláthatatlan messzeségekbe kerül.

A geográfia, mint a turizmus alaptudománya azzal, hogy nem fordított kellő figyelmet az alkalmazott turizmus kutatásokra, jelentős lemaradásba került a területet érintő politikai, illetve gazdasági döntés-előkészítő folyamatokban és az oktatásban egyaránt. A könyvvel többek között ennek a lemaradásnak a csökkentéséhez kívánok hozzájárulni.

Itt szeretnék köszönetet mondani mindazoknak, akiknek a története már nem fért e rövid előszóba:

* Az Országos Tudományos Kutatási Alapprogram (F 019070), a Fővárosi Önkormányzat, az ERAVIS Rt. képviselőinek, hogy anyagi támogatásukkal elősegítették a kutatásaimat és e könyv megjelenését.

* Schweitzer Ferencnek és Dövényi Zoltánnak, az MTA Földrajztudományi Kutató Intézet vezetőinek, hogy felvállalták a könyv kiadását, továbbá a Gazdaság- és Társadalomföldrajzi Osztály munkatársainak, hogy időt szakítottak elengedhetetlen tanácsaik átadására.

* Lengyel Mártonnak, a MATUR elnökének, hogy ajánlásával elősegítette a könyv támogatóinak felkutatását.

* A könyv lektorainak, Kollarik Amáliának és Ifju Györgynek, akik javaslataikat a pályám kezdete óta megosztották velem.

* Kaiser Miklósné kartográfusnak, hogy ábráival megértethettem azt, amit a szövegben nem tudtam kifejezni.

* Tóth Miklósnénak és Rohringer Istvánnénak, a Fővárosi Önkormányzat Kereskedelmi, Fogyasztóvédelmi és Turisztikai Ügyosztálya munkatársainak sokévi hasznos útmutatásaiért.

* Medve Katalin alkalmazott grafikusnak, hogy illusztrációival, ötleteivel hozzájárult ahhoz, hogy a könyv szép legyen.

* Tóth Csabának és Attilának mondanivalóm könyvvé formálásához.

* Az Idegenforgalmi és a Földrajztudományi Szakkönyvtárak munkatársainak a szolgáltatói magatartással párosuló türelmükért.

Budapest, 1999 októberében.

A szerző

Bevezető





A turizmus korszerű elméleti és gyakorlati értelmezése olyan interdiszciplinális megközelítést igényel, amelyben a földrajztudománynak meghatározó részt kell vállalnia. Reményeim szerint e könyv hozzájárul ahhoz, hogy a geográfus szakma elismertsége az idegenforgalmi kutatásokban, fejlesztésekben, illetve az oktatásban erősödjön. E cél vezette, amikor könyvem témájaként választottam a hazai turizmus kutatásának egy fehér foltját, a városi idegenforgalmat, amelynek ideális terepe Budapest, Magyarország egyetlen, abszolút nemzetközi vonzerővel rendelkező települése. Vizsgálataim során elsősorban a főváros nemzetközi idegenforgalmára koncentráltam, mivel a rendszerváltozás óta a bel-földi turizmus – az ismert gazdasági nehézségek következtében – oly mértékben visszaesett, hogy az még hosszú ideig nem jelent fejlesztést indukáló fizetőképes keresletet.

A könyv írása során, szem előtt tartva a turizmus interszektorális és interdiszciplinális voltát, arra törekedtem, hogy feltárjam egyrészt a lokális társadalom; a városba érkező külföldi vendégek; a szolgáltató szféra és a széleskörűen értelmezett igazgatás eddig nem vizsgált sajátosságait, amelyek a turizmussal kapcsolatos magatartásukat befolyásolják; másrészt e csoportoknak a turizmus fejlődésével létrejövő konfliktusait. Továbbá, vizsgáltam a turizmusnak a főváros funkcionális térszerkezetével szembeni igényeit és az arra gyakorolt módosító hatását, figyelemmel a területfejlesztési és rendezési tervek gyakorlatiorientált, tudományos igényű előkészítésére.

A mű alapját jelentő kutatások mind célkitűzésükben, mind metodikájukban eltértek a korábbi, döntően ökonomikus szemléletű vizsgálatoktól. Ennek oka, hogy a turizmusnak – mint a szabadidő eltöltésével kapcsolatos létmegnyilvánulásnak – a tér- gazdaság- és társadalomformáló hatását egyaránt tanulmányoztuk.

A könyv nem törekedhet arra, hogy hiánytalan szociálgeográfiai képet adjon Budapest idegenforgalmáról, így nem tárja fel a funkció összes csoportspecifikus kapcsolódását, mégis – önálló kutatási eredményekre támaszkodva – átfogó elemzést nyújt a főváros minőségileg átalakuló turizmusának legjellemzőbb szegmenseiről.

A téma elméleti megalapozását az irodalomjegyzékben feltüntetett publikációk jelentik. Ennek ellenére elengedhetetlennek tartom, hogy a feldolgozott szakirodalom alapján, e helyen rövid áttekintést adjak az idegenforgalmi földrajz gondolkodási körének kialakulásától, az önálló diszciplínaként való elismertetésig tartó folyamatról. Az előbbiekben is utaltam rá, az idegenforgalmi kutatások több tudományterületet is érintenek. Meghatározó szerepe mégis a közgazdaságtannak van, így a diszciplína fejlődése során több olyan tanulmány is született, amely elemzéseivel kapcsolódik az idegenforgalmi földrajz tárgyköréhez, ezért ezek is helyet kaptak az idézetekben.

A nemzetközi szakirodalom áttekintése

A földrajztudományban a tájleírásokon, a klasszikus úti beszámolókon és a statisztikai adatok közlésén túlmutató, a természeti és társadalmi kölcsönhatások esetleges szerepét is megjelenítő, tudományos igényű idegenforgalmi munkákkal elsősorban a II. világháború után, a turizmus tömegessé válását követően találkozhatunk [188].

Az idegenforgalom definícióját azonban már ezt megelőzően igyekeztek megfogalmazni [114]. A meghatározások jól tükrözik az adott kor idegenforgalmával szembeni társadalmi attitűdöt. Míg 1890-ben *Stradner, J.* a luxusutazók forgalmának, addig *Schrattenhofen, S.* 1911-ben az utazáshoz és tartózkodáshoz köthető, gazdasági folyamatokkal kapcsolatban álló jelenségnek nevezte az idegenforgalmat. *Glücksman, R.* 1935-ben arra is rámutatott, hogy az idegenforgalom a „valamely helyen átmenetileg tartózkodó személyek és az adott hely állandó lakosai között létező kapcsolatok összessége”. *Mathiot, G.* 1945-ben már elveket és többoldalú tevékenységi formákat is megfogalmazott az idegenforgalommal kapcsolatban, mivel szerinte az utazások létrejöttéhez elvekre (ma motiváció) van szükség, az utazás alatt mind az utas, mind az őt kiszolgáló vendéglátó körülírható tevékenységeket végez. Az AIEST¹ Kongresszusa által 1954-ben elfogadott meghatározást tekinthetjük az idegenforgalom első hivatalos definíciójának. E szerint az idegenforgalom azoknak a jelenségeknek és kapcsolatoknak a fogalma, amelyek az idegenek tartózkodásából és utazásából adódnak, ha ez a tartózkodás nem az állandó, vagy időszakos főállású munkavállalást szolgáló településen van. *Christaller, W.* már 1955-ben indítványozta a geográfusoknak az idegenforgalom agrár-, illetve iparföldrajzzal azonos szinten történő kezelését [140].

A hatvanas évek érzékelhető változásokat hoztak az idegenforgalom megítélésében. Az idegenforgalom utazásra és tartózkodásra korlátozott szemléletét már kiegészítik a gazdasági és társadalmi vonatkozások is. *Hunziker, W.* [60] hangsúlyozta, hogy az idegenforgalom külsőleg közlekedési folyamatként jelenik meg, ennek ellenére inkább gazdasági kategóriaként lehet körülírni. *Dachary, M.* [35] arról ír, hogy az idegenforgalom olyan jövedelem forrása, amelynek alanya és tárgya egyaránt maga az ember. *Defert, P.* [36] 1966-ban úgy fogalmaz, hogy a földrajztudósok rendelkeznek az idegenforgalom tanulmányozásához a legmegbízhatóbb módszerekkel, ezért helye van az idegenforgalmi földrajz önálló tudományágként való kialakításának. Kiemeli, hogy a tudományág feladata a fizikai, biológiai és társadalmi környezettől nem függetleníthető emberi magatartások feltárása.

Cribier, F. [29] az Egyesült Államokban végzett idegenforgalmi földrajzzal kapcsolatos kutatásokat összefoglalva rámutatott, hogy a szabadidő eltöltésének térbeli struktúrájának vizsgálatán túl azt is tanulmányozzák, hogy az egyénnek a földrajzi környezet iránti fogékonysága milyen hatással van a térrel összefüggő problémákra.

Witt, W. [190] az emberi tevékenység közösségben megnyilvánuló térigényes alapfunkciójaként írja le az idegenforgalmat, amelynek termőföldesítő, téralakító hatását is kiemeli. *Robinson, H.* [143], majd *Mariot, P.* [113] munkája – amelyben elsősorban az idegenforgalom társadalmi-gazdasági feltételrendszerére helyezi a hangsúlyt – az idegenforgalmi földrajz klasszikus elméleti összefoglalását jelentik.

A hazai kutatás főbb irányai

Az idegenforgalom a hazai geográfiában a *III. Idegenforgalmi Kollokviumon* nyert tudományos szintű elismerést, ahol a táj- és telepítéskutatás új elemeként először határozzák meg az idegenforgalmi földrajz tárgyát és vizsgálati területeit. *Pécsi M.* [136] az ide-

¹ AIEST = Association of Scientific Experts in Tourism – Idegenforgalmi Tudományos Szakértők Nemzetközi Szövetsége

genforgalom területi típusainak meghatározásával a természeti adottságok felől közelíti a témakört. A földrajznak már ekkor a gyakorlati hasznosíthatóságát emeli ki az idegenforgalmi kutatásokban azzal, hogy a geográfusok feladatául jelöli meg a látens idegenforgalmi vonzásadottságok értékesítéséhez elengedhetetlen feltáró munkát. *Kóródi J.* [88] ugyan elismeri a természeti tényezőknek az idegenforgalom területi megosztásában betöltött szerepét, de nem tartja meghatározó jellegűnek annak befolyásolásában.

Az *első magyar nyelvű, az idegenforgalmi földrajzot átfogóan bemutató két kötetes könyv 1968-ban* jelenik meg [89], amely tudomány-rendszertani és módszertani kérdéseken túl, az idegenforgalmi áramlás irányára ható természeti és társadalmi tényezők – körzetekre bontott – vizsgálatával is foglalkozik.

A '70-es évek hazai idegenforgalmi kutatásainak földrajzi vonatkozásait egyrészt a termálvizeinkre alapozott helyi gyógy-idegenforgalom fejlesztésének hangsúlyozása [34; 61; 103], másrészt a Balaton [1; 179] és a Duna [75] nyújtotta üdülési feltételek hatékonyabb kihasználását szorgalmazó tanulmányok jellemzik.

Megjelennek azonban olyan munkák is [14; 108], amelyek egy-egy településen végzett földrajzi vizsgálat során kiemelt figyelmet fordítottak azokra a helyi sajátosságokra, amelyek az idegenforgalom fejlesztése szempontjából figyelmet érdemelnek. *Szigeti E.* [165], a nemzetközi és a magyar idegenforgalom területi struktúráját korszerűen megközelítő kandidátusi disszertációja is meghatározó lépése volt az idegenforgalom térhódításának a hazai földrajztudományon belül.

A '80-as években komoly hangsúlyt kap az idegenforgalmi földrajz a térségi turizmus fejlesztésében [145; 146; 147] játszott szerepe. A természeti adottságok elengedhetetlen hangsúlyozása [17; 156; 157;] mellett megkezdődnek a falusi turizmus fejlesztési lehetőségeinek – társadalmi és térszerkezeti konzekvenciákat egyaránt figyelembe vevő – vizsgálatai is [15; 18], továbbá a környezetvédelem szerepe is megjelenik a kutatásokban [32; 145].

A '90-es évek első felében lendületet vett a falusi turizmus, mint a térségfejlesztés egyik lehetséges eszközének hangsúlyozása [3; 33; 81]. Az idegenforgalmi földrajzon belül kikristályosodott *egy új hazai irányzat: a szabadidő, a rekreáció földrajza* [32; 116]. A tanulmányok között a Világkiállításra való készülődés területi aspektusait érintő munkákkal [10] is találkozhatunk. Az idegenforgalom földrajzának modern térgazdasági szemléletű megközelítését és az értékesítési szempontok figyelembe vételét, továbbá a felsőoktatásban történő elismertetést jelentették *Kollarik A.* [85; 86; 87] és *Aubert A.* [8] munkái.

A budapesti turizmus kutatásának előzményei

A főváros idegenforgalmával foglalkozó első szakirodalmi munkák [171; 192] statisztikai jellegűek voltak. Igaz, már a századfordulón találkozhattunk a fejlesztést is célzó tanulmánnyal [2], amelyet a világháborút követően elsősorban a fürdővárosi szerepkört hangsúlyozó publikációk [13; 144] követtek.

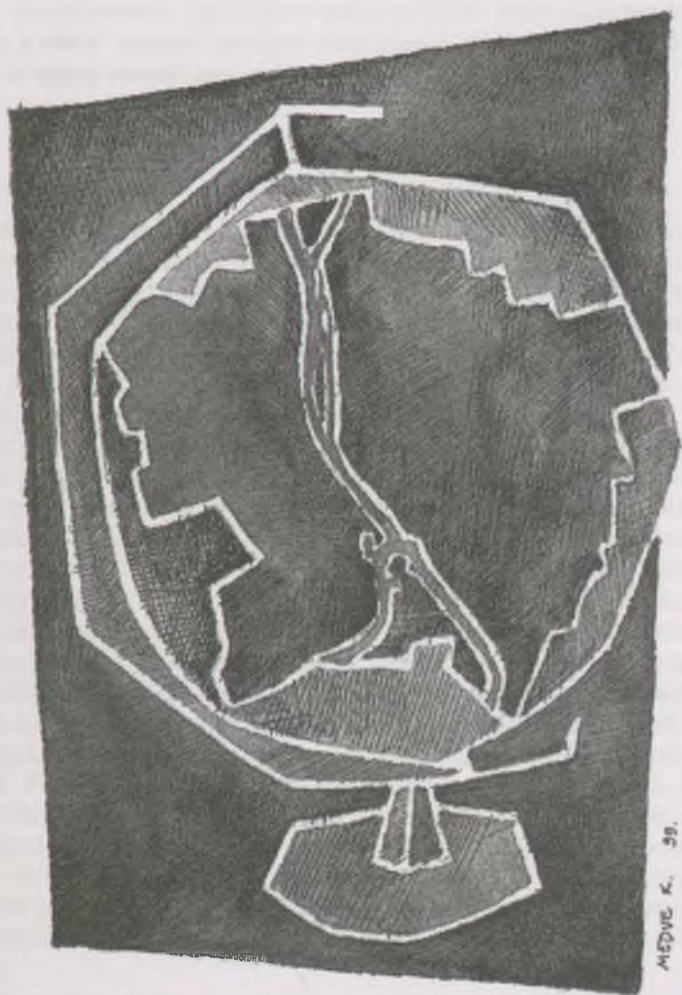
A közismert politikai okok miatt csak az ötvenes évek végén vett újabb lendületet a főváros idegenforgalmának tudományos feldolgozása, amit továbbra is a statisztika [63] és a gyógyfürdők [83] kérdése hat át. Budapest agglomerációját, az üdülésben betöltött szerepét is elemző munkák [38; 80; 169] jelentek meg a '70-es években. *Imre J.* [64] készíti el a főváros első, modern, az idegenforgalmi fejlesztésekben hosszútávon gondolkodó – és a város egyéb területeivel meglévő kapcsolatokat is figyelembe vevő – turisztikai koncepcióját. Budapest nemzetközi idegenforgalmi piacon játszott szerepének és turisztikai vonzerejének feltárásával foglalkoztak a '80-as évek tanulmányai [74; 77; 183].

A '90-es évek első felének változó piaci körülményei hozták meg a szemléletváltást Budapest turizmuskutatásában is. Az addigi „turizmusfejlesztés egyenlő szállodai férőhelybővítés” koncepciójú megközelítést, az idegenforgalom interszektorális, az érintettek érdekeit szem előtt tartó fejlesztésének igénye váltotta fel. A Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolán évről évre készültek olyan szakdolgozatok, amelyek a főváros vonzerejének [151; 161], illetve szolgáltató szférájának [9; 91] egy-egy szegmensére helyezték a hangsúlyt. Megfogalmazták [71], hogy a fővárosi turizmus sikerességéhez elengedhetetlen a marketingtevékenység felvállalása is. Azt, hogy a budapesti turizmus átalakítása kívánatos, és a kérdés mekkora jelentőségűvé vált, jól mutatja, hogy két éven belül két fővárosi turizmusfejlesztési koncepció is készült. Egyiket a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Turizmus Kutatócsoportja [105], a másikat egy turisztikai tanácsadással foglalkozó konzorcium [163] állította össze.

A geográfus szakma külföldi képviselői közül *Kluczka, G.* [84] Budapest funkcióvizsgálatán belül érintette az idegenforgalmat. A főváros idegenforgalmának szociál-geográfiai szempontú megközelítését alkalmazta *Horwath, W.* [58] is, aki elsősorban a külföldiek városi térhasználatára helyezte a hangsúlyt.

A XXI. század turistája – a tömegkommunikáció idegenforgalomban növekvő szerepének köszönhetően – sokkal inkább tájékozott lesz a meglátogatóndó célterületről, igényesebb turisztikai termékre lesz szüksége, nőnek az elvárásai a szolgáltatások és a természeti környezet minőségét illetően is [55]. Így a városoknak időben fel kell készülniük a megváltozó igények kielégítésére. Mivel a Magyarországról alkotott jelenlegi kép a tömegturizmust gerjeszti [67], ezért a fővárosra fontos szerep hárul ennek megváltoztatásában. Olyan kínálatot kell teremtenie, illetve olyan vonzerőt kell létrehoznia, ami a speciális érdeklődésű, jobb anyagiakkal rendelkező vendégeket csábítja Budapestre. Az elkövetkezendő években Magyarország még nem lesz a világ idegenforgalmi nagyhatalma, de a nemzetközi turizmusban betöltött szerepünk jelenleg is sokkal nagyobb, mint az az ország területi és lakossági nagyságrendjéből következne [149]. Ezt az elért pozíciót pedig meg kell tartanunk, tovább kell erősítenünk, de a fejlesztést elsősorban nem a vendégéjszakák számának mindenáron való növelésében, hanem a turizmusunk területi és kínálati differenciáltságban kell elérni. Napjainkban Budapest a turizmus terén is számos kihívással néz szembe. Ezekre megfelelő választ kell adnia, annál is inkább, mert jövőbeli pozíciója, funkciója és működése ezektől a mai döntésektől és intézkedésektől függ.

Városok a világ turizmusában



MEDVE K. 39.

A turizmus napjaink piacgazdaságra épülő társadalmában a tömegfogyasztási kultúra és a modern élet egyik meghatározó elemévé vált, így nem meglepő, hogy a jelenség térbeli konzekvenciáival foglalkozó geográfusok is egyre nagyobb érdeklődéssel kutatják a témát. 1985-ben, az IGU¹ Turizmus és Szabadidő Földrajzi Bizottsága által rendezett berlini kongresszus már átfogóan elemezte a városi idegenforgalom kérdéseit [193].

A könyv megjelenésével egy időben pedig az INTA² Madridban tart konferenciát a „Turizmus és a város” címmel, amelyen elsősorban a kulturális, az incentiv és a konferenciaturizmus városi vonatkozásaira koncentrálnak.

A városi turizmus problematikája

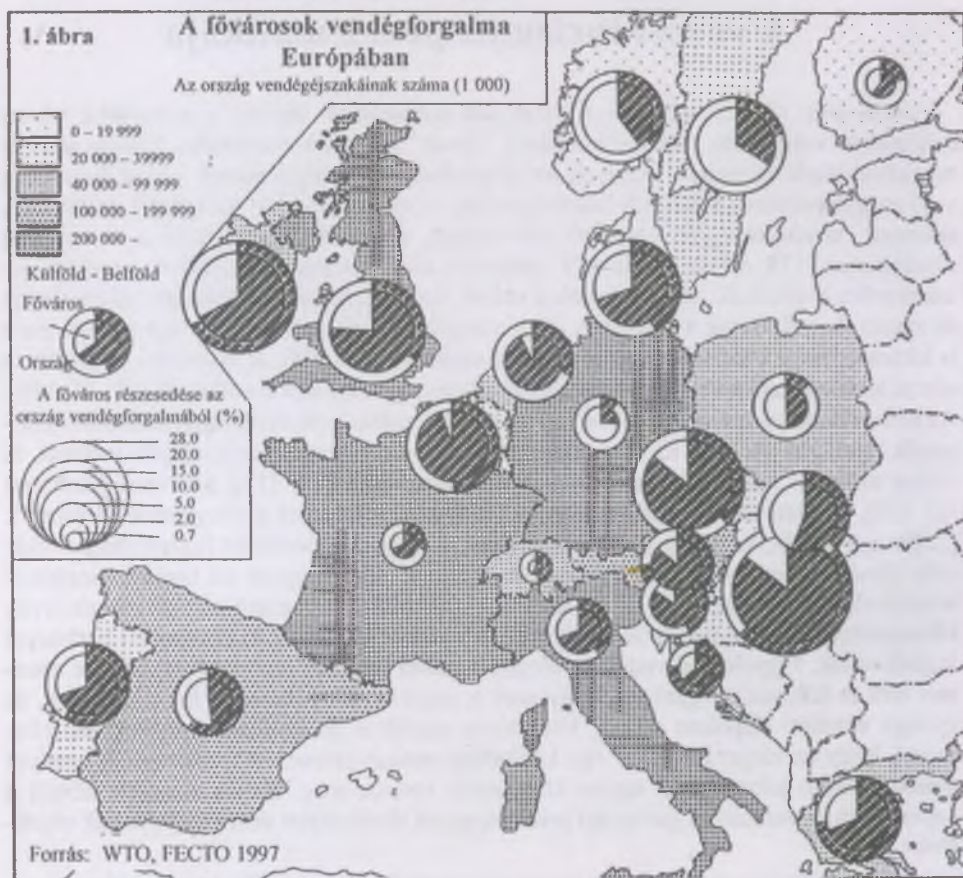
Ashworth, G. [7] szerint – a vizsgálati szempontok alapján – a korábbi, városi területekre vonatkozó turizmuskutatások három csoportra oszthatók. *Elsőbe* azok a megközelítések tartoznak, amelyek az idegenforgalmi szolgáltatások városi övezetben való megjelenésének feltárását hangsúlyozták, és előre megadott kategóriák (szállodák, éttermek, látványosságok, vásárlási lehetőségek, stb.) alapján vizsgálták a térben való eloszlásukat [118; 123]. A *második* csoportba azok a kutatások kerültek, amelyek leírászerűen ábrázolták: kik látogatják a városi idegenforgalmi központokat; mi motiválja az utazásokat; feltárták a vendégek idegenforgalmi tevékenységét és magatartását. Arra is kitértek, hogy a turisták hogyan látják a várost [11; 27; 68]. A *harmadik* csoportba a városi turizmussal kapcsolatos tervezési tevékenységek leírását sorolhatjuk [48; 51; 150]. Az erre vonatkozó igény elsősorban a tervezőktől, másodsorban a magánszektorból származik, amelyet döntően az idegenforgalomban való anyagi érdekeltségük motivál. A városi turizmus kialakulásának történeti vonatkozásaira [78; 112], általános gazdasági [21; 152], és társadalomformáló szerepére [130; 135] is kitérnek a vizsgálatok. Britton, S. [25] megállapítja, hogy a nyugaton megjelent, turizmus földrajzával foglalkozó publikációk elméletükben sok közös elemet tartalmaznak. Elsődlegesen az utazási mozgások leírásával, a turisztikai helyek és létesítmények mikroszerkezetű térbeli eloszlásával, kihasználtságukkal, a turizmus gazdasági, társadalmi kulturális és környezeti hatásaival foglalkoznak. Figyelembe vették az idegenforgalmi tervezés elvárásait is. Britton azonban arra is felhívta a figyelmet, hogy ezek a munkák túlnyomórészt leíró jellegűek, és gyenge elméleti alapokon állnak. Véleménye szerint a geográfusok vonakodnak felismerni, hogy az idegenforgalom egy kapitalista módon szervezett tevékenység, amelyet minden kísérő jelenségeivel együtt környezete határoz meg. Ennek ismerete nélkül a kapcsolódó társadalmi és gazdasági tevékenységek dinamikáját sem vizsgálhatjuk objektíven.

¹ IGU = International Geographic Union — Nemzetközi Földrajzi Unió

² INTA = International Urban Development Association — Nemzetközi Városfejlesztési Társaság

Ha a fenti nemzetközi kutatási előzményekre alapozva kívánjuk megválaszolni a kérdést: „Létezik-e városi turizmus?”, akkor látszólag egyszerű dolgunk van. Ha nem létezne a kutatás tárgya – azaz a városi térben megjelenő idegenforgalom – akkor nem született volna meg a témával foglalkozó számos kutatási eredmény. Mégsem állíthatjuk, hogy a városi turizmus a hazai idegenforgalmi szakmában bevett fogalom lenne. Bár az idegenforgalomnak többféle szempontú rendezése ismert (pl.: határstatisztikai, államháztartási, szálláshely-specifikus, a turista tevékenységére koncentrált csoportosítás), de – gyakran figyelmen kívül hagyva, hogy a turisztikai hely arculata határozza meg magát a tevékenységet és annak környezetét – a legritkább esetben közelítenek térbeli típusok szerint.

A nemzetközi turizmus résztvevőinek többsége vízparti, városi, falusi és hegyvidéki területeket vesz igénybe. Ezek használata egy-egy utazás során követheti, vagy akár át is fedheti egymást, de minden esetben maga a *hely befolyásolja a turisztikai magatartást és a fogadás körülményeit*. Ehhez hozzátehetjük, hogy a turizmus is eltérő módon alakítja át a hely környezetét. A turizmus sikere akkor várható, ha a fogadó társadalom – az eltérő térbeli típusok kezelését illetően – megfelelő felkészültséggel rendelkezik. Amíg napjainkra a falusi turizmus szervezése kezd önálló szakmává fejlődni, addig a nagyságrendekkel nagyobb városi idegenforgalom kezelésére való felkészítés még mindig gyermekcipőben jár.



Az európai városok versenye a turistákért

A város definíciója, a várossá válás feltétele nemzetközi és hazai összehasonlításban egyaránt eltéréseket mutat, így az úgynevezett turistavárosok is különböző méretűek, adottságúak és felkészültségűek lehetnek. Elsősorban a világvárosokra, fővárosokra koncentrálunk, így *a városi turizmus tere alatt a nagyvárosi funkciókkal, infrastruktúrával, arculattal és lakónépességgel rendelkező településeket értjük.*

Az európai fővárosok kevés kivétellel turistavárosok is egyben, azonban országos turisztikai szerepük korántsem egységes (1. ábra). A vendégéjszakák alapján számolt forgalom tekintetében Párizs mindössze 1,6 százalékkal részesedik a világviszonylatban is kiemelkedő Franciaország turizmusából, miközben a szintén jelentős forgalmat bonyolító Nagy Britannia fővárosa már 16,3 százalékkal. London országos súlyát megelőző települések közül kiemelkedik Budapest, hazánk fővárosában realizálódik a magyar vendégéjszakák 28 százaléka. A vonzástényezők tekintetében hasonló adottságú fővárosok jelentősége elsősorban attól függ, hogy képesek-e az ország más térségei is – vonzó turisztikai termékekkel, infrastruktúrával és sikeres marketingpolitikával – bekapcsolódni az adott ország turizmusába. Az európai fővárosok vendégforgalmának összetételében is sajátos eltérések jelentkeznek. A vizsgált országok többségéről elmondható, ahol magasabb a külföldi látogatók forgalmának aránya a belföldiekhez képest, ott a főváros is több külföldi vendéget fogad. Ez alól Spanyolország jelent kivételt, mivel a külföldiek aránya az országban (60 százalék) magasabb, mint a fővárosban (47 százalék). A tengerpart mentén fekvő spanyol turistavárosok nagyobbik része nemzetközi járatok fogadására alkalmas repülőtérrel rendelkezik, így a külföldi vendégek nem kényszerülnek – az amúgy kedvező közlekedés-földrajzi helyzetben levő, ám a turistaszezonban elviselhetetlen klímájú – Madrid érintésére. Más európai fővárosok meghatározó szerepet játszanak a külföldi vendégek fogadásában. Különösen magas a főváros összes vendégforgalmán belül a külföldi látogatók aránya Belgiumban (95 százalék) és Hollandiában (93 százalék). Ez a magas szálláshely-árakkal, a belföldi turizmus más térségekre való koncentrálásával, illetve – az országok viszonylag kis területéből fakadón – szálláshely igénybevétele nélküli kirándulásokkal magyarázható. Brüsszel és Hága külföldi vendégforgalmához az is hozzájárul, hogy jelentős nemzetközi szervezeteknek adnak otthont. A legkisebb arányú külföldi vendégforgalmat Berlin (26 százalék), Stockholm (34 százalék) és Oslo (40 százalék) mondhatja magáénak, amely a rendkívüli mértékben fejlett belföldi turizmus-

1. táblázat Az európai nagyvárosok sorrendje szállodáik foglaltsága alapján

sorrend	1988	1989	1990	1991	1992
1.	Isztambul	Isztambul	Berlin	Berlin	Prága
2.	München	München	Budapest	Edinburgh	München
3.	London	London	Párizs	Frankfurt	Athén
4.	Madrid	Budapest	Prága	Prága	Frankfurt
5.	Brüsszel	Párizs	London	Varsó	Zürich

sorrend	1993	1994	1995	1996	1997
1.	London	London	London	London	London
2.	Athén	Róma	Róma	Róma	Koppenhága
3.	Róma	Athén	Edinburgh	Edinburgh	Amszterdam
4.	Edinburgh	Oslo	Stockholm	Koppenhága	Edinburgh
5.	Zürich	Zürich	Zürich	Amszterdam	Róma

Forrás: FORSTER, P. K., 1998.

2. táblázat Az európai nagyvárosok sorrendje szállodáik szobaár-bevétele alapján

sorrend	1988	1989	1990	1991	1992
1.	Párizs	Párizs	Párizs	Párizs	Párizs
2.	Genf	London	London	Genf	Genf
3.	London	Genf	Róma	Milánó	Madrid
4.	München	Róma	Genf	London	London
5.	Bécs	Oslo	Madrid	Róma	Zürich

sorrend	1993	1994	1995	1996	1997
1.	Párizs	Párizs	Párizs	Genf	London
2.	Genf	Genf	Genf	Párizs	Genf
3.	Zürich	Moszkva	Moszkva	Moszkva	Párizs
4.	London	London	London	London	Moszkva
5.	Róma	Zürich	Zürich	Milánó	Stockholm

Forrás: FORSTER, P. K., 1998.

sal, illetve azzal magyarázható, hogy nemzetközi összehasonlításban kevésbé vonzó kínálatot várják a turistákat.

Amennyiben a vizsgálódásunkat a fővárosokon túl, Európa más nagyvárosainak minőségi szálláshelyeket kínáló szállodáira is kiterjesztjük, árnyaltabb és szélesebb áttekintést kapunk a városi turizmus elmúlt évtizedének eredményeiről.

Egy turistaváros szállodáinak foglaltsága megmutatja, hogy mekkora az érdeklődés az adott település iránt a turizmus világpiacán (1. táblázat). Azok a városok, amelyek évek óta a Föld leglátogatottabb kontinensének élmezőnyéhez tartoznak, elmondhatják magukról, hogy nem a divat, vagy valamilyen nemzetközi nagyrendezvény, esetleg a település szűkös szállodai kínálata miatt átlagon felüli a forgalmuk, hanem olyan stabil vonzerővel, illetve kedvező közlekedés-földrajzi adottságokkal rendelkeznek, amely lehetővé teszi a turizmus fenntartható mértékű fejlődésének biztosítását. Ha megvizsgáljuk, hogy 1988 és 1997 között mely települések kerültek folyamatosan Európa legjobbjai közé, elmondhatjuk, hogy a – szállodák foglaltságát tekintve – London a legsikeresebb város. Öt éven át sikerült megőriznie első helyét, és csak két olyan év volt (1991, 1992), amikor nem szerepelt az első öt között. A turistavárosok többsége iránti fokozott érdeklődés azonban szakaszosan jelentkezik, bizonyos időszakban – akár két-három éven keresztül is – sikerül kedvező pozíciót szerezni, majd alacsonyabb szinten állandósul a település iránti kereslet. Budapest a rendszerváltozás éveiben, Prága 1990–1992-ig, Athén 1992–1994-ig volt a legjobbak között, az utóbbi években pedig Koppenhága és Amsterdam jelent különös vonzerőt a turisták számára.

A szállók foglaltsága mellett a siker meghatározó indikátora lehet a városok szállodáinak egy szobára jutó napi árbevétele is, mivel az ezután fizetett adót fordíthatja a város vonzerejének fejlesztésére (2. táblázat). Az európai nagyvárosok négy-, ötszázalagos szállodáinak többsége tagja valamelyik nemzetközi szállodalánynak, így az árbevétel sokkal inkább a menedzsment által felmért piaci helyzetet, mintsem a minőségi differenciákat tükrözi. Az árbevétel szempontjából a vizsgált időszak egységesebb képet mutat, mert London mellett, Párizsnak és Genfnek is sikerült tíz évig megőriznie az első három hely valamelyikét.

Amíg 1997-ben a szobafoglaltság tekintetében első helyen álló London (83,3 százalék) és a 29. helyezett Genf (59,3 százalék) között 41 százalékos, addig a szobaár-bevételekben szintén első London (363 DM/nap/szoba) és 29. Lisszabon (137 DM/nap/szoba) között már 165 százalékos differenciát regisztráltak (Budapest 68,2 százalékos szobafoglaltságot és 168 DM/nap/szoba árbevételt ért el).

3. táblázat Az európai nagyvárosok sorrendje szállodáik vendégeinek desztinációja alapján

Sorrend	Belföld	%	Európa	%	USA/Kanada	%	Dél-Amerika	%
1.	Manchester	79,6	Budapest	63,8	Athén	28,1	Madrid	6,1
2.	Birmingham	79,5	Brüsszel	63,6	London	26	Lisszabon	3,7
3.	Berlin	61,8	Prága	63	Róma	25,8	Athén	3,5
27.	Prága	8,1	Edinburgh	17	Manchester	6,6	Oslo	0,2
28.	Brüsszel	5,9	Manchester	9,7	Berlin	6,6	Birmingham	0,2
29.	Budapest	3,9	Birmingham	9,6	Birmingham	5,5	Manchester	0,1

Sorrend	Japán	%	Ázsia	%	Afrika	%	Ausztrália	%
1	Párizs	18,9	Genf	8,2	Genf	2,6	London	2,5
2	Milánó	17,4	Párizs	6,2	Párizs	2,6	Genf	1,9
3	Róma	10,6	Amszterdam	5,8	Zürich	2,3	Róma	1,6
27	Varsó	1,9	Oslo	0,6	Koppenhága	0	Madrid	0,2
28	Birmingham	1	Manchester	0,5	Stockholm	0	Barcelona	0,1
29	Manchester	0,9	Barcelona	0,4	Manchester	0	Lisszabon	0,1

Forrás: FORSTER, P.K., 1998.

Az európai nagyvárosok vendégforgalmának összetételéből következtethetünk arra, hogy a vizsgált város mely desztinációra van meghatározó vonzással. A kétharmad részben belföldi turizmust bonyolító két brit nagyváros, Manchester és Birmingham vezeti a belföldi turisták által előnyben részesített települések listáját, míg az utolsó helyen Budapest, Brüsszel és Prága áll (3. táblázat). Ez utóbbi három város azonban élen jár az európai vendégek fogadásában. Nem meglepő, hogy Madrid és Lisszabon az egykori dél-amerikai gyarmatbirodalom területéről érkezőknek kínál kedvező körülményeket. A semleges Genf pedig az egzotikus országok látogatóinak jelent biztonságos tájékozódási pontot Európában.

A városi célterületek felértékelődése

A WTO³ adatai szerint 1998-ban 625 millió nemzetközi vendégérkezést (az előző évhez viszonyítva 2,4 százalékkal többet) regisztráltak a világon, ezen belül is fokozatosan nő azok aránya, akik a kulturális turizmust részesítik előnyben a szakirodalomban olykor 4S-nek (Sea, Sun, Sand, Sex) nevezett tömegturizmus ellenében. Ha ez a folyamat tartós marad, akkor azt eredményezheti, hogy a turizmus áramlási irányában világszerte változások következnek be. A kulturális vonzásadottságok széles skálájával rendelkező nagyvárosok szerepe megnő, míg a jobbára egysíkú kikapcsolódást kínáló tengerparti üdülőterületek iránt az érdeklődés visszaesik. Azon országok többsége számára, amelyek földrajzi fekvésüknél fogva üdülésre alkalmas tengerparttal nem rendelkeznek, eddig is a nagyváros kínálta idegenforgalmi potenciál jelentette a nemzetközi turistaforgalomba való eredményes bekapcsolódás lehetőségét. Szakemberek véleménye szerint [12] a turistapiacokért folyó versenyben azok a térségek képesek megerősíteni, illetve megőrizni szerepüket, amelyek hosszú távon az exkluzív turizmus megteremtését tűzik ki célul. Olyan komplex turisztikai termékek kialakítására törekednek, amelyek egyedi és nemzetközi viszonylatban is versenyképes vonzerőkön alapulnak, így a sajátos motivációjú turistarétegek fogadására kínálnak lehetőséget.

³ WTO = World Tourism Organisation – a Turizmus Világszervezete

A számottevő nemzetközi érdeklődést kiváltó turisztikai termékek koncentrációját elsősorban a nagyvárosokban találjuk meg, amelyek a helyi és az agglomerációban élő lakosság szabadideje eltöltésére amúgy is létrehozták a maguk intézményrendszerét. A hatékonyság fokozása érdekében a nagyváros alapfunkcióit – amelyek közvetve vagy közvetlenül kapcsolódnak a turizmushoz –, úgy kell átalakítani, értékesíthetővé tenni, hogy az megfeleljen az exkluzív turizmus elvárásainak. A tömegturizmushoz viszonyítva kevesebb vendég érkezik, azonban hosszabb ideig tartózkodnak az adott nagyvárosban, és a szolgáltatások szélesebb skáláját veszik igénybe, így fajlagosan többet is költenek. Természetesen ezzel a városi tér használata és a turizmus városra – annak funkcionális rendszerére – gyakorolt hatása is megváltozik. Az exkluzív turizmus sikeres működtetése környezetbarát szemléletet és új értékesítési formákat is igényel. Ahhoz, hogy megértsük, és tervezhetővé tegyük a városi térben lezajló turizmus kölcsönhatásait, meg kell ismerni a városnak azokat a sajátosságait, amelyek lehetővé teszik a turistaforgalom kialakulását.

A város mint szabadidős tér

Az ókortól kezdve a legtöbb utazás – kereskedelmi, politikai, vagy vallási jellegű – elsősorban a városokba, vagy azokon keresztül vezetett, ezért az utazást a „városi turizmus” ősfarmájának is nevezhetjük. A modern – a szó mai értelmében vett – városi turizmus fejlődéséről azonban csak az ipari társadalmak kialakulása után beszélhetünk. Az ipar fejlődése a városokhoz kötődött. A munkaidő és a szabadidő elkülönült, megnőtt a városlakók pihenési szükséglete, ezért itt alakultak ki az első szabadidős létesítmények [112]. A városok egyre növekvő lélekszámú lakosságának kiszolgálására hivatott szabadidős szektor, és a fokozódó iparosodás pedig tovább serkentette a magán és az üzleti utazásokat is. Így a legtöbb város nem csak forrása, de célja is lett a pihenést keresőknek, kezdetben a helybéliek, később az idegenek számára is. Mivel a városi tér vizsgálata során nem tekinthetünk el a helyi társadalom szabadidős tevékenységének térbeli igényeitől, ezért a városi turizmus vizsgálata integrált szemléletet igényel.

A turizmus a nagyvárosba érkezők számára elsősorban a szabadidő eltöltését – tehát egyfajta szabadidős tevékenységet jelent –, míg a város számára a szabadidő ipar (a szakirodalomban gyakran turista ipar), tárgyát, illetve közegét jelenti. A szabadidő eltöltés sok más formájához hasonlóan a turizmus is speciális szolgáltatások létrehozását, a tevékenységet szolgáló tárgyak készítését, szuvenírek, szállítójárművek, stb. előállítását követeli meg. Ezeket a termékeket azonban a helyi lakosság is igénybe veheti, illetve állandó vagy szezonális jelleggel jövedelmi forrást jelenthet számára. Ahogy a szabadidő eltöltése egyre inkább árucikké vált, úgy annak fogyasztási kultúrája is kialakult [42]. E sajátos kultúra közvetítői – utazásszervezők, idegenvezetők, utazási és életstílussal foglalkozó magazinok, stb. – segítik a fogyasztót a választásában. Ők azok, akik értelmezik és alkalmazzák a turisztikai tapasztalatokat, és átadják azt a társadalomnak. A városok főleg a szervezett turizmus színterei, így kialakult az a kulturális gyakorlat (viselkedési norma), amely előírja, hogy milyen nevezetességeket keressünk fel; hogyan tekintünk meg azokat; milyen legyen az idegenforgalomban résztvevő egyének és csoportok viselkedése az egyes szolgáltatások igénybevétele alatt.

Napjaink fejlett társadalmában a szabadidő eltöltése határozott szabályok szerint történik, amelynek két alapvető jellemzője van. Az egyik, hogy a szabadidős tevékenység nem jelent fenyegetést a társadalom többsége számára, amely nem vesz részt abban. A másik jellemző, hogy minden szabadidős tevékenységnek megvannak a saját szabályai és viselkedési előírásai. Ezek betartására egy üdülő térséghez képest a városban sokkal nagyobb hangsúlyt fektetnek, ugyanis itt a lakosság többsége nem vesz részt sem a vizsgált folyamatban, sem annak közvetlen kiszolgálásában, így személyes érdekeltsége is csak közvetetten érvényesülhet. Shields, R. [153] szerint ez alól csak a „karneválvárosok” jelentenek kivételt. A karnevál a szervezett szabadidős tevékenység egy speciális – csak a helyi kultúrához kötődő – megjelenési formája. Ezen az eseményen minden társadalmi csoport és réteg részt vesz, és itt engedélyezett a társadalmi életet meghatározó viselkedési normák áthágása is.

A turizmusba időről időre újabb társadalmi rétegek kapcsolódnak be újabb igényekkel, és más-más kulturális szokásokkal. A divat változása is vezethet az igények eltolódásához, ezért a szabadidős tevékenységek is differenciálódnak, specializálódnak, sok esetben személyessé válnak. Ebből következik az is, hogy a tér, amelyben a jelenség lezajlik, a legkülönbözőbb igényekhez alkalmazkodva — szintén átalakul. A városokban — amelyek vonzásadottságaik révén környezetváltozást, élményszerzést kínálnak, és magas szintű szolgáltatások igénybevételét teszik lehetővé — turizmus alatt magához a szabadidő eltöltéséhez kapcsolódó tevékenységet, magatartási formát és térbeli elrendeződést értünk.

Az idegenforgalom marketingszempon্তু megközelítése szerint a turista szemében a város önmagában is egy szabadidős termék, illetve termékcsomag, amelyet a fogyasztók arra használnak fel, hogy városi élményeik, tapasztalataik bővüljenek. A turista ellátása olyan szolgáltatásokból tevődik össze, amelyeket maga a város foglal keretbe. Eladható-e ez a sajátos termékcsomag árucikként? A turistaváros terméként történő meghatározása, „a hely mint árucikk” fogalma [7] gyakorlati problémákat okoz a város térbeli kiterjedését és más fogalmi kérdéseket illetően is. A városok idegenforgalmi célpontjai egyszerre tartalmaznak vonzó helyeket és szolgáltatásokat, valamint más elemeket, amelyek a termékcsomagban egyaránt jelentik magát a terméket és az azt tartalmazó környezetet is. A csomagok tartalmát az idegenforgalom „producerei” és más közvetítői határozzák meg, eközben a város multiértékesítését végzik. Tehát a várost, mint terméket egy időben értékesítik látogatóinak, akik azonban a legtöbb esetben különböző szükséglettel és indokkal keresik fel a települést. A történelmi városrész eladható a turistáknak, mint kulturális érték, de értékesíthető, mint gasztronómiai helyszín az ingyenceknek.

A tervezésnek fel kell ismerni azokat a potenciális konfliktusokat, amelyek a város „multiértékesítéséből” erednek. Nem szabad megfeledkezni a „multivásárlásról” sem, mivel a turistáknak kínált terméket fogyasztathatják a szabadidejüket töltő helyi lakosok is.

A város motivációs szerepe

Ahhoz, hogy megválaszolhassuk, a turisták miért is látogatják előszeretettel a városokat meg kell értenünk a jelenség mögött álló tényezőket. *Defert, P.* [36] és *Ritter, W.* [142a] egyaránt arra hívta fel a figyelmet, hogy az idegenforgalom dekoncentrációs jelenség, a benne résztvevő személy menekül a városi élet összezártságából, mivel a városi lét önmagában is a szétszóródás vágyát kelti. *Shaw, G. és Williams, A.* [152] a nagyvárosi területek jelentőségét abban látják, hogy az ilyen övezetekben földrajzilag koncentrálnak a szórakozási lehetőségek és a látványosságok, amelyek a turisták és a helyi lakosok igényeit egyaránt kielégítik. A turistákat azok a speciális szerepkörök és szolgáltatások vonzzák a városokba, amelyet azok a szabadidő igényes eltöltésére kínálnak. Véleményük szerint a városi övezetek különbözősége és változatossága önmagában is motivációként hat az utazásokra. A városok eltérő természetűek, vagyis méretük, arculatuk, földrajzi adottságaik, szerepük, kulturális örökségük szempontjából különbözőek és sokszínűek, ezért két célváros soha sem lesz egyforma. *Blank, U. és Petkovich, M.* [21] szerint a városok:

- ▶ magas népsűrűségű helyek, így nagy a hajlandóság arra, hogy a barátok, rokonok felkeresése motiválja a látogatást, és indukálja a fogyasztást;
- ▶ csomópontjai illetve végállomásai a turisztaszállításnak, kapu szerepet töltenek be az érkező és távozó utasok számára, tehát az idegenforgalmi szezonon kívül is magas szinten állandósulhat a városba érkező vendégek száma;
- ▶ ipari, kereskedelmi, pénzügyi koncentrációk, illetve a minőségi szolgáltatások szinterei is egyben, ezért számos látogatás kötődik a városban történő munkavégzéshez (üzleti utak, konferenciák, kiállítások, stb.);
- ▶ a kultúra széles skáláját kínálják a vendégek számára, ezért vonzást gyakorolnak az ilyen irányú érdeklődést tanúsító turistákra.

Mindkét szerzőpáros véleménye megegyezik abban, hogy a városokat elsősorban azért keresik fel a turisták, mert más településekhez vagy térségekhez képest a szabadidős termékek és szolgáltatások olyan szerteágazó kínálatát nyújtják, amivel a legkülönbözőbb piaci igényeket is ki tudják elégíteni.

A városok tehát olyan térségek, ahol a turisták annak ellenére, hogy eredetileg egyetlen céllal érkeznek, a szabadidős szolgáltatások nagy mértékű koncentrációja következtében nem tervezett tevékenységeket is folytathatnak. Ez a város – a szolgáltató – bevételeit növelő, a jelenleginél hosszabb tartózkodásra vagy visszatérésre ösztönözheti őket.

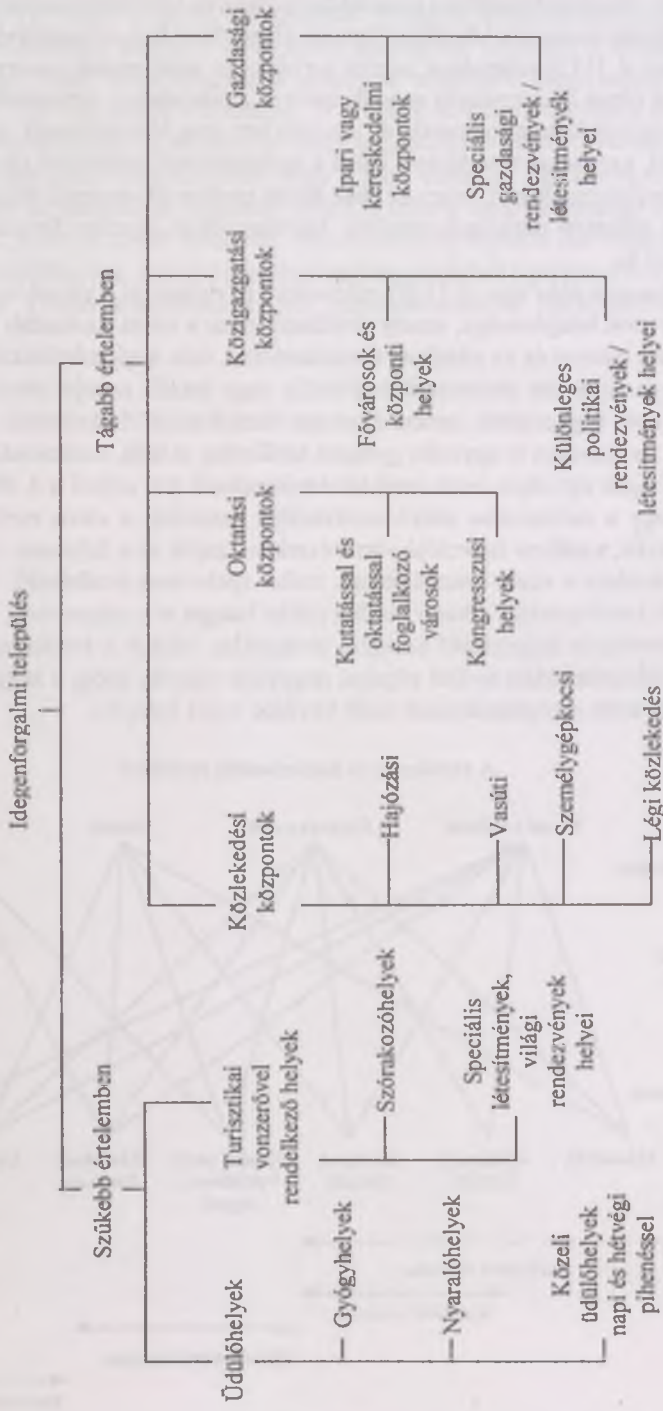
A város motivációs tényezőinek értékelésekor nem szabad a látnivaló és a vonzerő fogalmát összekeverni. Míg a látnivaló fogalma a nevezetességek központi, lényeges összetevőjére utal, addig a vonzerőben az adott látnivalóról, annak környezetéről meglévő információ, élmény is benne foglaltatik. Tehát a város vonzerejének kialakulásában három tényező játszik szerepet [102]:

1. a látogató turisztikai szükségletei;
2. a hely jellegzetes sajátossága, ami a látogatást motiválja;
3. a helyre vonatkozó információk.

A vonzástényezők a turisztikai keresletre különböző jelentőséggel hatnak, így a turizmus tárgya és alanya közötti kapcsolat specifikus jellegének megfelelően a 2. ábrán szemléltetett idegenforgalmi településtípusok alakultak ki. *Kaspar, C.* [78] szerint az ide-

2. ábra

Az idegenforgalmi települések típusai



Forrás: Kaspar, C. 1992

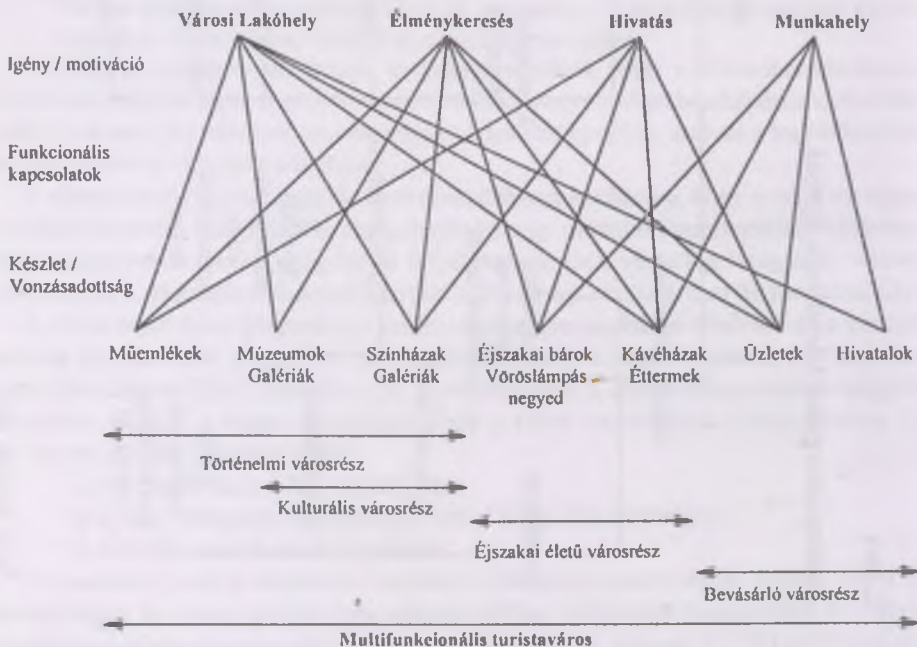
genforgalmi település fogalmát a turisztikai események kikristályosodási pontjaként definiálja, melynek vonzereje következtében az idegenforgalom célpontjává és központjává válik. *Maier, J.* [112] véleménye szerint turistaváros alatt azokat a településeket értjük, amelyeknek olyan létesítményei vannak, melyek a pihenéshez, szabadidőhöz és a hosszú távú utasforgalomhoz szükségesek, és amelyekben ezen létesítmények jelentősen hatnak a társadalmi, gazdasági struktúrára. Tehát a turistavárosok urbanizált idegenforgalmi helyek. Hangsúlyoznunk kell, hogy ez csak kevés esetben érvényesül tökéletesen, mivel a nagyvárost jellemző multifunkcionalitás következtében egyetlen funkció dominanciája ritkán alakul ki.

Ezt támasztja alá *Page, S.* [129] véleménye is, miszerint a városi turizmusnak nincs olyan határozott tulajdonsága, amely társítható lenne a város fontosabb funkcióival, mivel a turisták igényei és az ellátásuk összefonódnak más alapfunkciókkal.

Ahogy az ember életterének regionális vagy lokális szintjei nem absztrakt terek, egymástól nem függetlenek, hanem szorosan összefonódó funkcionális rendszert alkotnak, úgy a turistaváros is egymást gyakran területileg átfedő, funkcionálisan kevert szerepkörű térségek egységes rendszereként értelmezhető. Ezt erősíti a 3. ábra is, amely bemutatja, hogy a turistaváros eltérő motivációjú használói a város mely szolgáltatásait veszik igénybe, s milyen funkciójú városrészekben zajlik ez a folyamat. Jól látható, hogy egy motivációhoz a város használatának széles spektruma rendelhető. Amíg egy hivatását végző, konferenciára érkező vendég ritkán látogat el a múzeumok, vagy a közigazgatási intézmények helyszínéül szolgáló térségekbe, inkább a konferenciaközpontból a könnyebb kikapcsolódást nyújtó vígalmi negyedbe vágyik, addig a helyi lakosság több-
sege a város ezen szolgáltatásainak terét kevésbé veszi igénybe.

3. ábra

A turistaváros funkcionális területei

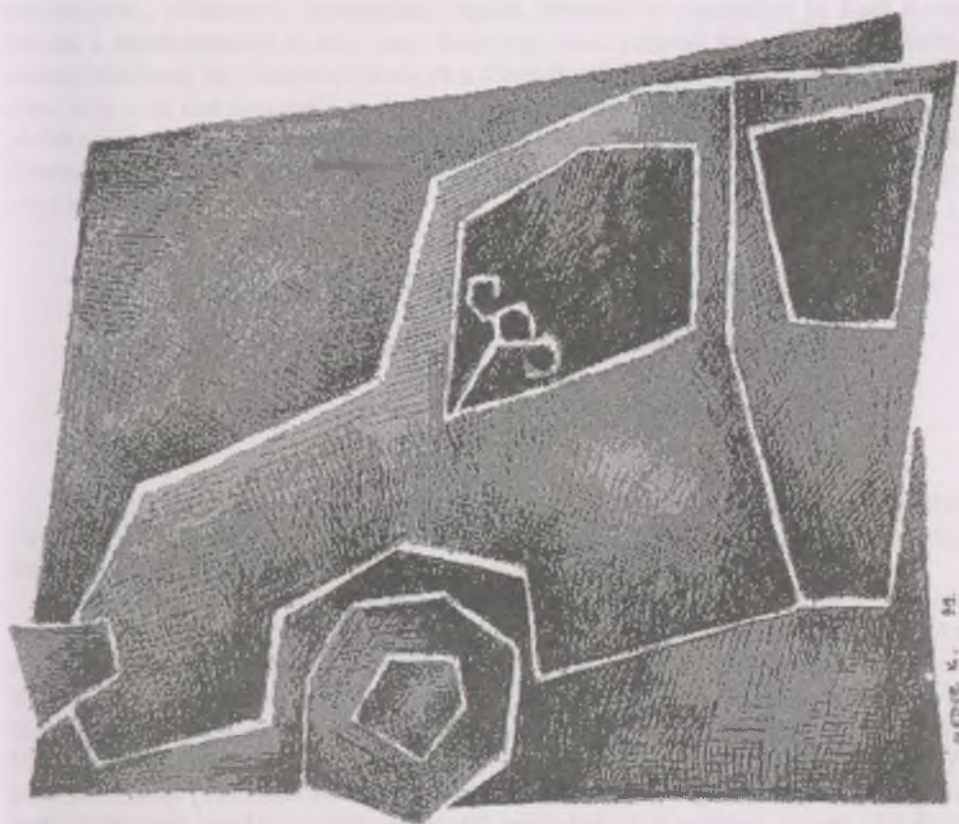


Forrás: Page, S. 1995

Vetter, F. [187] a városi turizmus sajátosságait vizsgálva megállapítja, hogy a hagyományos üdülőtérületekhez képest a városokban lényegesen rövidebb a turisták átlagos tartózkodási ideje. Ezzel párhuzamosan a vendégek magasabb szintű szolgáltatásokat vesznek igénybe, így nagyobbak a kiadásai. A férőhelyek kihasználtsága a városban az év folyamán kevésbé ingadozó, és azokban nagy a fizetőképes külföldi vendégek aránya is. Ez többek között azzal magyarázható, hogy a jobb vasúti és légi közlekedési csatlakozások, valamint az autópályák kiépítése lehetővé tette a fontos gazdasági és közigazgatási központok gyors és rövid időre való felkeresését. A fejlődés oda vezetett, hogy a konferenciákat, kiállításokat, üzleti tárgyalásokat túlnyomórészt azokban a központokban tartják, amelyek kiváló kontinentális, sőt interkontinentális összeköttetéssel rendelkeznek.

városfejlesztés

Turizmuspolitika és városfejlesztés



Turizmuspolitika és várostejékvás



A fejezetben a teljesség igénye nélkül bemutatjuk, hogy Budapest és az egyes városrészek döntéshozóinak milyen szerepük volt a múltban, illetve napjainkban milyen lehetőségeik vannak a turizmuspolitika alakításában, a turizmus területfejlesztő hatásainak felismerésében, érvényesítésében. Alapul azt tekintjük, hogy az önkormányzatok olyan közhatalommal rendelkező képviselvek, amelyek egyszerre államigazgatási hatóságok, tulajdonosok, vállalkozók, szolgáltatást végzők, tervezők és végrehajtók is. Ezek a testületek a legalkalmasabbak arra, hogy koordinátoraivá váljanak egy adott térség turizmuspolitikájának, és érvényt szerezzenek a fenntartható fejlődés elvének. Budapest vendégei nap, mint nap szenvedői és alanyai a városi közlekedés konfliktusainak. A főváros közlekedésének mechanizmusa és minősége jól tükrözi a helyi társadalom kultúrájának fejlettségi állapotát és a város fogadóképességét, ezért a közlekedéspolitika kiemelt hangsúlyt kap a fejezetben.

Budapest turizmusának történeti és városfejlesztési vonatkozásai

A kezdetektől 1918-ig

Budapest ma Magyarország legnagyobb idegenforgalmi értéke. Jelentős nemzetközi vonzerővel rendelkezik, amelyhez egyedi fekvésén túl, a város elmúlt 150 éves történetének építészeti, kulturális és területfejlesztési értékei is hozzájárultak.

Pest-Buda már a reformkorban komoly szerepet játszott a belföldi vendégforgalom fogadásában. 1820-ban Bécs után Pest volt a legjelentősebb Duna menti vásárváros. Az évente megrendezésre kerülő Medárd-napi országos vásárnak több mint harmincezer látogatója volt, de az országos iparmű-kiállítások is több ezer érdeklődőt vonzottak. A város kulturális élete is csábította a vendégeket. 1837-ben nyitotta meg kapuit a Pesti Magyar Színház, 1846-tól már a Magyar Nemzeti Múzeum is fogadta a látogatókat. A pesti kávéházak (1831-ben 28 helyen) elsősorban az irodalom, a művészetek, a politika iránt elkötelezett vendégek találkozóhelyéül szolgáltak. A forradalom és szabadságharc bukását követő abszolutizmus időszaka azonban nem kedvezett az idegenforgalom fellendülésének.

Pest-Buda az 1867-es kiegyezést követően sem számíthatott arra, hogy a külföldi látogatók körében önálló utazási célként szerepeljen, mivel továbbra is csak a Monarchia

egyik tagállamának fővárosát jelentette a csillogó birodalmi központ, Bécs árnyékában. Ekkoriban a külföldi látogatók jelentős része az osztrák polgárok köréből került ki. A forgalom emelkedésében és összetételében döntő szerepe volt a vasúthálózat kiépítésének. Amíg 1850-ben mindössze 242 km vasútvonallal rendelkezett a történelmi Magyarország, addig 1896-ra már 14 873 km-rel. Bécsből alig hat óra alatt lehetett vonattal a magyar fővárosba eljutni [56]. Pest, Buda és Obuda 1873. évi egyesülésével Budapest Európa nagyvárosai közé emelkedett, közel 300 ezres lakosságával meghaladta Köln, vagy Róma népességét is. Az egyesülés évében az Első Magyar Szállodaépítő Rt. megnyitotta Duna-parti nagyszállóját, a Hungáriát, és megkezdődött a Margit-szigeti és városligeti gyógyforrások feltárása is.

Budapest idegenforgalmáról az első értékelhető statisztikai adatközléssel 1885-ből találkozhattunk (4. táblázat). Az ekkor rendezett budapesti Országos Kiállítás addig soha nem látott mértékben vonzotta a látogatókat a fővárosba. A szállodai vendégek 35 százaléka már a külföldiek közül került ki — igaz, ennek zömét továbbra is az osztrák látogatók tették ki. 1888-ra megépült a Balkán felé vezető vasúti fővonal, amivel Budapest Európa vasúthálózatának egyik „félreeső végállomásából” a nyugatról kelet felé vezető nemzetközi útvonal fontos átmenő állomásává lépett elő.

4. táblázat Budapest szállodáinak vendégforgalma 1885-ben (fő)

Összes vendég	Magyar	Osztrák	Német	Francia	Angol
	66775	23153	4081	1614	1100
102252	Olasz	Orosz	Román	Amerikai	Egyéb
	593	420	1378	425	2713

Forrás: Budapest Székesfőváros Statisztikai Évkönyve

A Fővárosi Közgyűlés 1887-ben Idegenforgalmi Bizottságot állított fel, amelynek feladatául Budapest szépségeinek propagálását, a szállodai szobaárak szabályozását, az idegenvezetők kiképzését, szórakozóhelyek létesítését és nagyobb ünnepek rendezését jelölte meg. Adminisztratív koordinálással — a kor szemléletéhez híven — a Statisztikai Hivatal igazgatóját bízták meg, aki megindította a főváros idegenforgalmi adatszolgáltatását. Országos statisztika hiányában 1948-ig a magyar idegenforgalmi fejlődés egyedüli mércéjéül ezek az adatok szolgáltak.

Budapest idegenforgalmának szempontjából döntő esemény volt az 1896-ban megrendezett Millenniumi Ünnepek és Ezredéves Kiállítás. A rendezvénysorozatra érkező vendégek elhelyezését szolgálta több új patinás szálloda (Pannónia, Royal, Carlton, Bristol) megnyitása, de ekkor épültek a polgári igényeket kiszolgáló egyszerűbb szállodák (Nemzeti, Metropol) is. A Millenniumra időzített városfejlesztés (Hősök tere, Andrássy út, földalatti vasút, stb.) tovább növelte a főváros iránti érdeklődést (5. táblázat).

Az 1896-os rendezvény sikerességét az is bizonyítja, hogy 1885-höz képest 50 százalékkal nőtt a forgalom. A teljes szállodai vendégforgalmon belül közel 40 százalék volt a külföldi látogatók aránya, az osztrákok továbbra is élénk érdeklődést tanúsítanak Budapest iránt. Az 1896-os Millenniumi Ünnepek és Ezredéves Kiállítás kellően mega-

5. táblázat Budapest szállodáinak vendégforgalma 1896-ban (fő)

Összes vendég	Magyar	Osztrák	Német	Francia	Angol
	93408	34385	9182	2164	1865
152 567	Olasz	Orosz	Román	Amerikai	Egyéb
	1613	1566	2762	1047	4575

Forrás: Budapest Székesfőváros Statisztikai Évkönyve

lapozta a főváros hírnevét, mivel közel 100 ezer külföldi látogatott el a rendezvényekre. Ennek hatása is közrejátszott abban, hogy 1902-ben Budapest volt a Szállodások Nemzetközi Egyesülete Kongresszusának házigazdája. A századforduló éveiben (1902) alapított Idegenforgalmi és Utazási Vállalat – a mai IBUSZ őse – szervezte a főváros idegenforgalmi propagandáját. Ez a cég foglalkozott a hozzáfutató vendégek díjtalan útbaigazításával és a látványos rendezvények megszervezésével [19]. A rendezvényturizmus már ekkor komoly szerepet játszott Budapest életében.

Az 1906-i évi első Márciusi Vásár a későbbi Budapesti Nemzetközi Vásárok nyitányát jelentette. Az 1909-ben megtartott Nemzetközi Orvoskongresszus már 5200 résztvevővel ülésezett Budapesten.

Az I. világháború kitörése nem akadályozta a főváros idegenforgalmának szervezeti kiépülését. 1916-ban alakult meg a Budapest Székesfőváros Idegenforgalmi Hivatala. 1918-ban pedig megnyílt a Gellért Gyógyfürdő és Gyógyszálló.

Az 1919-1945 közötti időszak

Az I. világháború és az azt követő események rövid időre visszavetették a főváros idegenforgalmának addig töretlen lendületű fejlődését. A háborút követő nemzetközi utazási vágy kielégítésében azonban hangos propagandával és céltudatos szervezettséggel Budapest is részt követelt magának. Ekkorra tudatosodott az a tény, hogy míg a háború előtti Magyarországnak voltak vidéken is önálló idegenforgalmi értékei, addig – a trianoni döntést követő területi elcsatolások következtében – a háború után Budapest maradt az egyetlen olyan település, amely nagy tömegben vonzotta a külföldieket.

Az 1922-ben alakult Budapest Fürdőváros Egyesület saját feladatául szabtta, hogy a főváros híres gyógyfürdőit ismét alkalmassá tegye a várható idegenforgalom igényeinek kielégítésére. Minden okuk meg volt arra, hogy bízzanak a forgalom emelkedésében, mivel az akkori gazdasági helyzet, a magyar valuta elértéktelenedése hazánkat a külföldiek számára Európa egyik legolcsóbb országává tette, ami nagyban növelte idegenforgalmi versenyképességünket.

A gazdasági világválság hazai következményei kedvezőtlenül hatottak a főváros idegenforgalmára. Az 1931. július 14-én elrendelt bankzárlat s azt követően a külföldiek fizetési forgalmának ellenőrzéséről kiadott valutarendelet átmenetileg megbénította az idegenforgalmat. A válságot hazájukban is erősen megérző külföldiek amúgy is gyér forgalmát visszavetették az intézkedések. A két világháború közötti időszak fővárosi idegenforgalma sem kerülhette el a nemzetközi politikai és pénzügyi események kihatásait.

A harmincas évek nagyrendezvényei (Nemzetközi Liszt Ferenc Zongoraverseny, Cserkész Világtalálkozó, Nemzeti Utazási Irodák Szövetségének Kongresszusa, Pilóta Piknik) azonban hozzájárultak ahhoz, hogy a budapesti idegenforgalom legsikeresebb éveinek nevezhessük ezt a válság utáni időszakot [114]. A Nemzeti Utazási Irodák Szövetségének 1934-ben megrendezett kongresszusa újra a nemzetközi idegenforgalmi szakma elismerését jelentette Budapest számára. Az 1937. évi budapesti Nemzetközi Fürdőügyi Kongresszus rávilágított a konferencia- és a gyógyturizmus kapcsolatára.

Néhány év fellendülés után, 1938-ban, a közeledő háború veszélyének érzete fokozatosan csökkentette a külföldi érdeklődést, amit még a Nemzetközi Eucharisztikus

6. táblázat Budapest szállodáinak és panzióinak vendégforgalma 1910-1946

	1910	1922	1929	1938	1946
Összes vendég	226 844	213 481	250 055	249 741	49713
Magyar %	76,5	67,2	55,6	44,6	87,5
Oszták %	13	5,4	7,2	5,9	n.a.
Német %	4,2	2	6,3	14,8	n.a.
Francia %	0,8	0,8	0,9	1,8	n.a.
Angol %	0,6	0,9	1,6	3,3	n.a.
Amerikai %	0,6	0,9	4	3,9	n.a.
Egyéb %	4,3	22,8	24,4	25,7	12,5

Forrás: Budapest Székesfőváros Statisztikai Évkönyve

Kongresszus résztvevő serege sem tudott korrigálni. A Kongresszus már komoly megpróbáltatást jelentett a főváros számára, mivel a jelentkezők száma többszöröse volt a rendelkezésre álló szálláshelyeknek.

Budapest vendégforgalmának összetételét (6. táblázat) vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a századfordulót követő években egyre növekedett a belföldi részvétel Budapest idegenforgalmában. Ez egyrészt a „boldog békeidők” viszonylagos jólétéből, a szépülő fővárosra kíváncsi vidéki társadalom igényéből, másrészt az 1906 óta rendszeres Márciusi Vásárok, különféle Mezőgazdasági Kiállítások, illetve a Szent István-i ünnepségek vonzerejéből fakadt. Az I. világháború után – ismételten a trianoni döntés következményeként – számos új állam vendége már az egyéb kategóriában szerepel. Ez utóbbiak jelentős része a trianoni döntések miatt a határon túl „rekedt” magyarokból rekrutálódott.

A Budapest idegenforgalmában korábban kiemelkedően magas oszták részvétel az I. világháborút követően öt-hét százalék körül stabilizálódott, azonban a németek részaránya – elsősorban a két ország politikai közeledésének köszönhetően – 1938-ra, 15 százalékra emelkedett. Az amerikai polgárok Európa iránt tanúsított fokozott idegenforgalmi érdeklődésének kezdete érzékelhető abban, hogy részarányuk az egy százalék alatti szintről négy százalékra nőtt.

1946-tól napjainkig

A II. világháború után Európa nagy része, így Budapest is romokban hevert, nem voltak meg a vendégfogadás és a kiutazás feltételei sem. Az 1946-ban regisztrált 6211 külföldi vendég nagy része hivatalos személy – a fegyverszünetet ellenőrző missziók tagjai, a humanitárius és politikai szervezetek képviselői – volt. Nagy lehetőséget jelentett volna a még polgári Magyarország idegenforgalma számára az 1848/49-es Forradalom és

7. táblázat Budapest vendégforgalmának összetétele a kereskedelmi szálláshelyeken 1960-1988*

	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1988
Vendégek összesen	468 337	749 308	1 232 077	1 401 430	1 458 648	1 729 204	1 771 562
Belföldi %	70,9	32,5	35,2	27,4	23,8	18,3	15,8
Szocialista %	21,2	42,2	37,3	38,7	34,5	34,3	25,2
Nem szocialista %	7,9	25,3	27,5	33,9	41,7	47,4	59

Forrás: KSH

* 1988 volt az utolsó év, amikor a statisztika bontva adja a szocialista országokból érkezetteket

Szabadságharc centenáris ünnepségeinek az emigránsok (főleg amerikaiak) aktív bevonásával történő megrendezése, de a rendezvények várt nemzetközi érdeklődése a továbbra is fennálló közlekedési nehézségek és a szovjet jelenlét miatt elmaradt [114].

A következő évtizedek idegenforgalmát már a KGST „gyöngyszemeként” élte át Budapest, így vendégforgalmának összetételét is többnyire a fennálló politikai helyzet határozta meg. A vendégfogadás feltételei az államosításokkal alapvetően megváltoztak. A családias panziók, kisvendéglők és kávéházak eltűntek a turisztikai palettáról, szerepüket a nagy állami vállalatok – elsősorban a Pannónia Szálloda és Vendéglátó Vállalat egységei – vették át.

Az ötvenes évek hidegháborús légköre sem kedvezett a nemzetközi idegenforgalomnak, így Budapest vendégforgalmát még 1960-ban is a belöldi turizmus magas aránya határozta meg (7. táblázat), amelyhez az Alkotmányban előírt, fizetési szabadságot és üdülést biztosító rendelkezés is hozzájárult. Komoly változást a '60-as évek közepén regisztrálhattak a statisztikák, amikor – a politikai enyhülés hozta légkörben – megduplázódott a szocialista relációból és több mint háromszorosára növekedett a nem szocialista országokból érkezettek száma. A belöldi turizmus 1975-ig a szakszervezeti üdüléspolitikának köszönhetően tartotta korábbi súlyát, azonban ezt követően zuhanásszerűen csökkent jelentőségéből. Ennek fő okai voltak a fővároson kívül eső üdülőhelyek előtérbe kerülése, és a növekvő kereskedelmi szálláshely árak.

A hatvanas évektől a nemzetközi turizmus fokozott érdeklődéséből fakadó igényeket – panziók hiányában – egy új szállásforma, a fizetővendéglátás igyekszik kielégíteni, de folyamatosan bővítik a szállodai férőhelyeket (Szabadság) és megkezdődnek a felújítások is (Royal), sőt új szállodákat (Duna Intercontinental, Sport, Budapest, Ifjúság) is építettek. Ez utóbbiak révén megindulhatott a vendégforgalom területi differenciálódása, mert az újonnan épített szállodák többsége nem a Belvárosba, hanem a XI. és a II. kerületbe koncentrálódik (4. ábra).

Az ábra a minőségi turizmusban meghatározó szerepet játszó három, négy, illetve öt csillagos szállodák elhelyezkedését mutatja be. Az építéseknek a turizmus területi differenciálódásán túl, városrendezési, területfejlesztési szempontból is kiemelkedő szerepük volt/van, különösen azokban a városrészekben, ahol egy modern szálloda megépítése a környék lakóházainak rekonstrukcióját vagy rehabilitációját vonja maga után. A szállodaépítést és a területrendezést követően a kerület új idegenforgalmi gócpontja alakulhat ki azzal, hogy vendéglátó és szórakoztató egységek is települnek a közelébe.

Az ötéves tervek is rendre előírták a szállodai férőhelybővítést, amelynek Budapest töretlenül eleget is tesz. Míg 1970-ben 7376, addig 1980-ban már 9986 szállodai férőhely várta a vendégeket. Azonban fontos megjegyezni, hogy ekkoriban az újonnan épült szállodák többsége (Aero, Volga, Európa) elsősorban a szocialista reláció igényeit igyekezett kielégíteni, az igényesebb külföldi számára egyedül a Budapest Hilton megnyitása jelentett vonzó kínálatbővülést.

Sem a KGST országaiból, sem a világ más tájáról érkező vendégforgalom bővülése a hetvenes években nem szorul különösebb magyarázatra. Az előbbieket számára politikai kényszer a választás, az utóbbiak motivációja a „vasfüggönyön túlra” való tekintés. Ennek az időszaknak a legkiemelkedőbb fővárosi rendezvényei az 1949. évi Világifjúsági Találkozó, valamint az 1971-es Vadászati Világkiállítás kapcsán rendezett találkozások, az 1974-es Közgazdász és az 1980-as Elettani Világkongresszusok voltak.

A nyolcvanas évek idegenforgalmi politikáját már áthatotta a szemléletváltás szele,

4. ábra

Budapest szállodáinak elhelyezkedése



Forrás: KSH

nemcsak az egyoldalú férőhelybővítésre, hanem a városi infrastruktúra javítására és a szolgáltatások skálájának szélesítésére is törekedtek. A rangos nemzetközi rendezvények befogadására alkalmas Budapest Sportsarnok; a Kongresszusi Központ megépítése; a Hősök tere és a Vörösmarty tér díszburkolatának felújítása; vagy a Skála Metro, illetve a Fontana Divatház megnyitása; a Ferihegy II. terminál üzembe helyezése és a Forma I. autóversenyek hozzájárultak a nem szocialista országokból érkező vendégek számának további növekedéséhez. Azonban az idegenforgalmi bevételeink már ekkor jócskán elmaradtak a nemzetközi összehasonlításban is kedvezőnek mondható turista forgalomtól. A helyzet javításához részben hozzájárultak a külföldi befektetéssel épült új, magasabb kategóriájú szállodák (Atrium Hyatt, Fórum, Ramada), amelyek szállásbevételeik és színvonalas szolgáltatásaik révén magasabb költsésszintet tettek lehetővé. A „vasfüggönytől” nyugatra fekvő és a tengerentúli szervezetek számára a nyitás éveit elsősorban az elzárt szocialista régió tudományos szakembereivel való találkozásra teremtettek alkalmat. Az 1980-as Fiziológiai Kongresszusra érkező 5500, az 1982-es Hematológiai Kongresszuson részt vevő 3000 és az 1986-os Rákkongresszus 6000 delegáltja nemcsak a magyar orvostudomány, hanem a főváros kongresszusi sikerének is tekinthető.

A korábbi európai politikai status quo 1989/90-es megváltozása – a feltételezésekkel ellentétben – kedvezőtlenül hatott Budapest idegenforgalmára. A volt szocialista országok állampolgárainak megkönnyítették az utazást, bevezették az egész világra érvényes útlevélet. A polgárok könnyen, legálisan juthattak a konvertibilis valutákhoz. Mindezek eredményeként az addig a szocialista határok közé beszorított polgárok új uticélok felé fordultak. A térség országainak nemzetközi idegenforgalmából a konvertibilis elszámolás megjelenésével csaknem teljesen eltűnt az egymás között szervezett (barter elszámolású) forgalom [106]. Budapest és a Balaton többé nem jelentett kedvező találkahelyet a kelet- és nyugat-német vendégek számára, megszűnt a „legvidámabb barakk” image is. A hazai recesszió tovább apasztotta a belföldi turizmust, szembe kellett nézni a kemény piaci feltételekkel.

Nem szabad azonban megfeledkeznünk arról sem, hogy – a kongresszusi turizmus szempontjából – a '90-es évek elején igen magas nemzetközi részvétellel megrendezett konferenciák (1991 Reumatológiai, 1992 Immunológiai) helyszíneiről szóló döntések még abban a periódusban születtek, amikor Budapestet a „legvidámabb barakk” fővárosának tekintették.

Az 1989-1993 közötti időszakot a fővárosi idegenforgalom átmeneti éveinek tekinthetjük. A turisztikai szakembereknek meg kellett tapasztalniuk, hogy a kívánt vendégforgalmat – az adott árak mellett – kizárólag a legmagasabb színvonalú szolgáltatással érhetik csak el. 1992-ben az ország legmodernebb szállodájának, a Grand Hotel Corvinusnak a felépítése jelzi, hogy a főváros a minőségi turizmus mellett tette le voksát.

A turizmus funkció és feltételrendszerének kapcsolata

Az idegenforgalom a szabadidős tevékenység egyik formájaként a gazdasági-társadalmi fejlődés egy adott szakaszában alakult ki, meghatározható területigénye van, társadalmilag csoportspecifikus, így szociálgeográfiai szempontból városi alapfunkcióként definiálható. A funkció társadalmi vonatkozása kettős. Egyrészt megélhetési forrást jelent az azt működtető szolgáltató szféra, specifikus felkészültséggel és emberi adottságokkal rendelkező alkalmazottai számára, másrészt erősen differenciált igényű szociálgeográfiai csoportok turisztikai igényeit elégíti ki [16].

Egy rekreációs térségen (legyen az tengerpart, vagy síparadicsom) viszonylag könnyen lehatárolhatók az idegenforgalmi funkció elemei és területei, de egy olyan településen sem okoz gondot a város többi alapfunkciójától való elkülönítés, ahol specifikus turisztikai fejlesztést valósítottak meg (Las Vegas, Karlovy Vary). Azokban az idegenforgalmi vonzerővel és központi szerepkörrel egyaránt rendelkező városokban, amelyek őrzik az egyes történelmi korokban kialakult arculatuk és térszerkezetük emlékét (mint pl. Budapest), az idegenforgalom interszektoralis volta miatt az alapfunkciók átfedik egymást. Szemléletes példa erre a budai Vár, amely lakófunkciója mellett első számú turisztikai célállomás is, vagy a Millenniumi Földalatti Vasút része a városi tömegközlekedésnek, ugyanakkor a kontinens első földalattijaként idegenforgalmi vonzerővel is rendelkezik.

A város idegenforgalmi funkcióját leginkább a turisztikai infra- és szuprastruktúra elemeinek mennyiségi és minőségi mutatóival jellemezhetjük. Tágabb értelemben az idegenforgalom infrastruktúráján a tárgyi fogadóképességének egészét, az út-, víz-, elektromos, távközlési és csatornahálózatot túl, a felépítmény fogalomkörébe tartozó [104] szállás, étkezés, kereskedelem és egyéb turisztikai szolgáltatások intézményrendszerét is értjük.

Kaspar, C. [78] a turisztikai *infrastruktúra* fogalomkörébe csak azokat a – helyi lakosság és a látogatók által közösen használható – létesítményeket sorolja, amelyek szabadidős tevékenységet szolgálnak. A speciális közlekedési eszközök (libegő, sikló, fogaskerekű, kisvasút, kerékpárút), a fürdők, a múzeumok, a sportlétesítmények, a konferenciaközpontok infrastrukturális lehetőséget jelentenek a turizmus kialakulására. Azonban csak az erre épülő turisztikai *szuprastruktúra* (ami alatt a szállás és az ellátás intézményrendszerét érti) révén válhat a város a turizmus színterévé.

Budapest hiába rendelkezik a világon a termálvizek egyedülállóan széles választékával, ha az arra épülő infra- és szuprastruktúra nem teszi lehetővé a meglevő természeti adottság hatékony értékesítését, így a szociális funkció csak néhány esetben fedi le az idegenforgalmi funkciót. (Kevés budapesti gyógyfürdő jelent nemzetközi hírű és forgalmú vonzásadottságot).

Az elsődleges és másodlagos idegenforgalmi szuprastruktúra

1992-ben a Freie Universitát kutatócsoportja Budapest V. kerületében végzett vizsgálatot. Tanulmányozták a főváros funkcionálisan leginkább összetett városrészében [137] az idegenforgalmi szolgáltató szféra elhelyezkedését. Terepbejárás során felvett adatok alapján elkészítették a Belváros speciális – idegenforgalmi funkciókkal átszőtt területeit ábrázoló – térképét és a hozzá tartozó magyarázatot [84]. A térképen (5/a. ábra) a szolgáltató szférának azokat az egységeit (ajándékküzletek, légitársaságok irodái, utazási irodák) jelölték, amelyek – a pénzváltókkal és az információs irodákkal kiegészülve – egy település turizmusának másodlagos szuprastruktúráját képezik. Nem vették fel az adatok közé az elsődleges szuprastruktúra részeként definiálható kereskedelmi szálláshelyeket és vendéglátó egységeket. A szuprastruktúra további bontására azért van szükség, mert a városi turizmus fejlődésével a turisztikai igények is bővülnek, így a látogatók többsége számára már nem jelentenek elégséges szolgáltatást és kínálatot a szállodák halljában elhelyezett kereskedelmi, pénzügyi és információs szolgáltató egységek. Egy város idegenforgalmi funkciójának megjelenéséhez, illetve megjelenítéséhez elengedhetetlen a turisztikai infrastruktúra és az elsődleges szuprastruktúra megléte. A másodlagos szuprastruktúra hozzájárul ahhoz, hogy a város az egyre növekvő igényeket is kielégítve, szélesítse az idegenforgalmi szolgáltatásokat, azok kínálatát és ezzel növelje bevételeit. A másodlagos szuprastruktúra nem feltétele a városi turizmus kialakulásának, de döntően befolyásolja annak sikerét.

A belváros funkcióbővülése bemutatására 1996-ban az ELTE geográfus hallgatói [160] az 1992-es felmérés metodikáját követve, újra elvégezték a terepbejárást (5/b ábra), és az empirikus információkat az önkormányzat illetékeseivel készített interjúkkal is kiegészítették.

Az V. kerület, Budapest közigazgatási területének alig fél százaléka. Itt található azonban a hazai államigazgatás legfontosabb intézményei, a meghatározó pénzintézetek, valamint az exkluzív szállodák és kereskedelmi egységek.

Megnevezése szerint két, – valóságos működését tekintve három – egymástól jól elkülöníthető kerületrésze osztható. A *Lipótváros*, amely a Deák Ferenc utca – Bajcsy Zsilinszky út – Szt. István körút és a Duna közötti területet foglalja magában, és itt működnek az államigazgatás és a bankélet központjai mellett a hazai tudomány (MTA) és a média (MTV) fellegvárai is. A kerületrész határa történelmileg alakult ki, a funkcionális határt sokkal inkább a József Attila utca jelenti. A városrész, az ötödik kerület közintézményekkel erősen tagolt területe. A *Belváros* – Pest ősi városmagja – további két részre tagolható. A József Attila utcától a Kossuth Lajos – Szabad sajtó utcáig Északi Belvárosról, attól délre a Várház körútig Déli Belvárosról beszélhetünk. Az *Északi Belváros*, a *valódi city*, Budapest üzleti, kereskedelmi életének központja. Itt találhatóak a bankok, a tőzsde, a kereskedelmi cégek központjai és – a Duna-parti szállodasor mellett – az ország legmodernebb szállodájának számító Hotel Kempinski is. A Váci utca, Petőfi Sándor utca határolta térségbe koncentrálnak a hazai és a külföldi társadalmi elitet ki-szolgáló, egybefüggő kiskereskedelmi hálózat.

A *Déli Belvárosban* az V. kerület töle északra fekvő térségeinek funkciói keverten és csak nyomokban találhatók meg. Itt a lakófunkció dominanciája sokkal jellemzőbb. A

5/A ábra

Az idegenforgalmi szuprastruktúra elhelyezkedése Budapest V. kerületében

1992

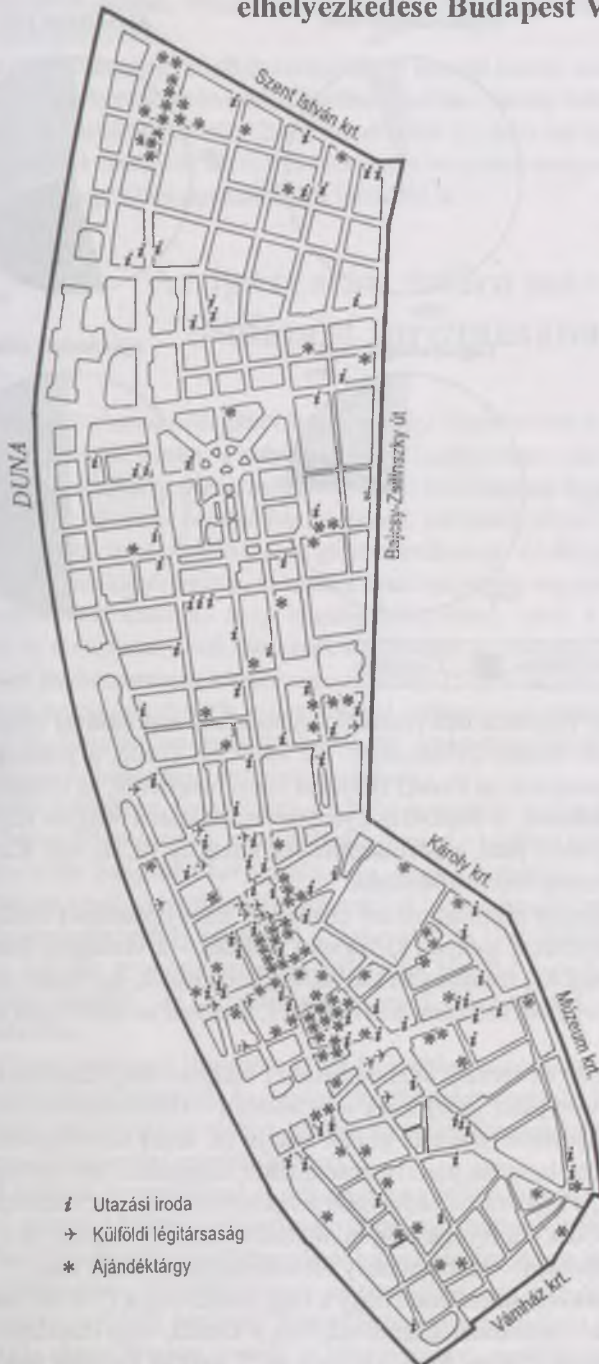


Forrás: G. Kluczka, 1992

5/B ábra

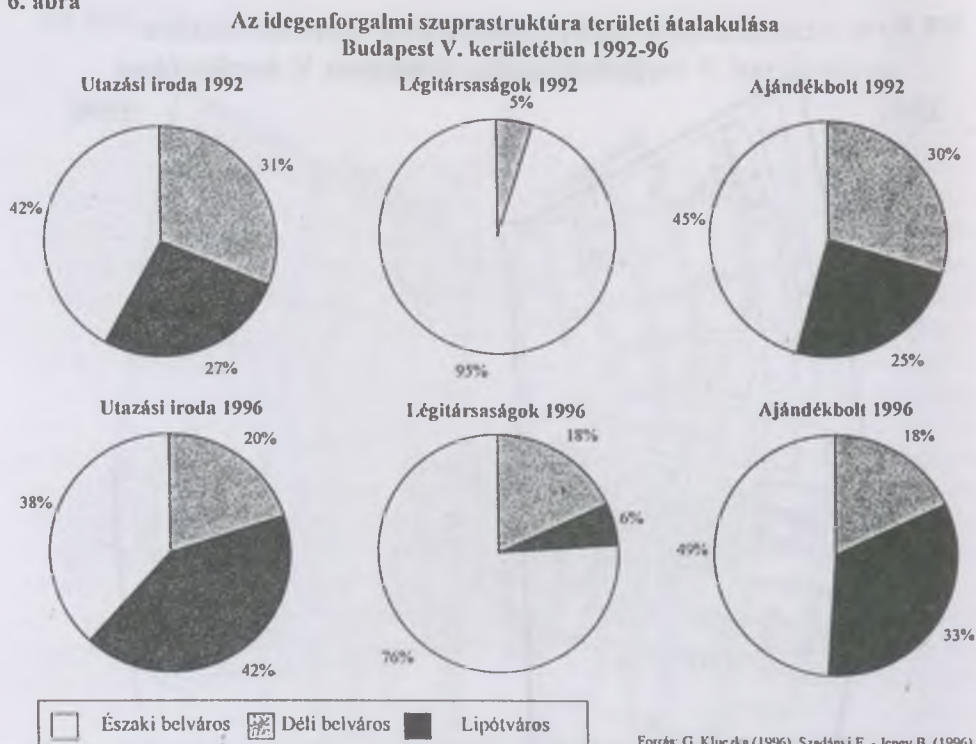
**Az idegenforgalmi szuprastruktúra
elhelyezkedése Budapest V. kerületében**

1996



Forrás: Saját adatgyűjtés, 1996

6. ábra



Forrás: G. Kluczka (1996), Szadányi E. - Jenev B. (1996)

kerület képviselőtestülete a Váci utca déli részének sétálóutcává alakításával megkezdte a kerületrész integrálását az Északi Belvároshoz. Az itteni két szálló, a Korona és az Astoria besorolásában elmarad már az Északi Belváros luxus hoteljeitől, és elegáns üzletekkel is csak elvétve találkozunk. A bankvilág gyors terjeszkedését a Magyar Külkereskedelmi Bank impozáns épülete jelzi, a közintézmények közül az ELTE Jogi Kara és a Főváros Közigazgatási Hivatala érdemel említést.

A térképeken a másodlagos szuprastruktúra elemeinek elhelyezkedését ábrázoltuk. Azzal, hogy – az eltérő turisztikai igények kielégítése céljából – a vendégek felkeresik ezeket az egységeket, elősegítik a turizmus területi differenciálódását. Így újabb területet tárnak fel a városi idegenforgalom számára, amely erősíti, ösztönzi az elsődleges szuprastruktúra megjelenését is.

Az utazási irodák számát és területi elhelyezkedését tekintve megállapítható, hogy 1992 és 1996 között – a valós piaci igényeknek megfelelően – összességében csökkent az irodák száma. Az Északi-Belvárosban az irodák aránya (6. ábra) számottevően nem változott, itt a nagyobb irodák tartották piaci részesedésüket, azonban a Déli Belvárosban az irodák száma és aránya, a Lipótváros kedvezőbb forgalmi helyzetének köszönhetően, jelentősen csökkent. A fejlődés – a Nyugati tér, mint közlekedési csomópont, és a Parlament közelségének köszönhetően – az Alkotmány utca térségében jelenik meg.

A légitársaságokat értékelve elmondható, hogy a nagy múltú cégek (S.A.S., Swissair, stb.) az Északi Belvárosban rendelkeznek irodával, míg a kisebb, vagy fiatalabb cégek innen kiszorulva (Air Ukraina, Lybian Arab Airlines) az V. kerület kevésbé frekvenciált részein jelennek meg.

Ajándékbolt alatt a felmérésbe az antikvitásokat, galériákat, népművészeti, a porcelán- és a háziipar termékeit kínáló üzleteket vontunk be. Dinamikus növekedés a Lipótvárosban látható, elsősorban az igényes antikvitások és galériák területén a Falk Miksa utca környékén.

Az önkormányzat vállalkozási osztályán készült interjú szerint az egyéni tulajdonban lévő, egyéb kiskereskedelmi vállalkozások száma – amely lefedi az ajándékboltokat is – 1990 és 1995 között 105-ről 129-re növekedett. Ez jelzi azt is, hogy az egyre kedvezőtlenebb adózási feltételek mellett is töretlen a városrész vonzereje, és erősödik a másodlagos idegenforgalmi szuprastruktúra jelenléte is.

Az igazgatási szféra szerepe Budapest turizmusában

A városi turizmus jellegéből fakadóan egy olyan térben realizálódik, amely elsősorban nem a turisták, hanem a helyi lakosság kiszolgálására szerveződött. Ezért a turizmus működéséhez szükséges intézményrendszer kialakításánál figyelembe kell venni a lokális társadalom rövid és hosszú távú érdekeit, különben olyan konfliktusok alakulhatnak ki, amelyek a turizmus fejlődésének gátjává válhatnak. Az idegenforgalom infra- és szuprastruktúrájának kiépítésében, az utóbbi években, egyre nagyobb szerep hárul a helyi önkormányzatokra, azonban még mindig hiányoznak azok a közigazgatás-közi intézmények és mechanizmusok, amelyek alkalmasak a valóságos érdekeltségek előzetesen elfogadott legitim keretek közötti egyeztetésére [57]. E nélkül pedig a fokozódó versenyben olyan hátrányok érhetik a nemzetközi turizmusban egyre meghatározóbb szerepre törekvő Budapestet, amelyek késleltethetik Kelet-Közép Európa kereskedelmi, banki, tudományos és kulturális centrumává válását.

Annak érdekében, hogy feltárjuk a helyi igazgatási szféra szerepét a főváros turizmusában, felmérést végeztünk mind a fővárosi mind a kerületi önkormányzatokban. A kutatómunka során hangsúlyt helyeztünk arra, hogy a turizmus – mint városi alapfunkció – működtetése során jelentkező konfliktusokat hangsúlyozva bemutassuk Budapest funkcionális térszerkezetével szembeni új igényeket és elvárásokat. Célunk volt, hogy tudományos igényű, gyakorlatorientált fejlesztési javaslat megfogalmazásával segítsük az önkormányzatokat az idegenforgalommal kapcsolatos teendőik tervezésében, szervezésében.

A Főpolgármesteri Hivatalon kívül 16 kerületi önkormányzat vállalta, hogy a kutatás során rendelkezésünkre áll. Az együttműködő polgármesterekhez eljuttattunk egy kérdőívet, amely arra kereste a választ, milyen szerepet játszik a turizmus a kerület döntéshozó fórumain és igazgatási apparátusában?

A kérdések összeállításakor célunk nem a leltárkészítés volt, nem is a meglévő statisztikai adatok bővítése, hanem egy olyan használható információbázis összeállítása, amelyhez közvetlenül a területgazdától jutunk, és amelyre a későbbiekben tér- és időbeli összefüggéseket, következtetéseket alapozhatunk. Ha maguk az önkormányzatok sem rendelkeznek a feltett kérdések kimerítő megválaszolásához szükséges információkkal, adatokkal, akkor hogyan tudnák a törvényekben, rendeletekben előírt, a turizmussal összefüggő feladataikat végrehajtani. *Pálné Kovács Ilona* [132] az önkormányzatokat

ideális információs és döntési központoknak nevezi ahhoz, hogy ott a gazdasági és infrastrukturális fejlesztési határozatok egymást támogassák, egymással összhangban legyenek. A kutatás ezt csak azoknál a kerületi önkormányzatoknál erősítette meg, ahol már felismerték a prioritásokat, a kitörési pontokat, és a hozzájuk rendelt városi funkciókat nemcsak az igazgatás sokszor homályos szemüvegén keresztül szemlélik.

A kerületi önkormányzatok szerepvállalása Budapest turizmusában

A turizmuspolitika kapcsán *Lengyel M.* [105] arra mutat rá, hogy hosszú távon nem a jelenlegi helyi politikai erőviszonyok és intézményi kompetenciák, hanem az azokat alakító erők – a lakosság és a gazdaság illetve az azt mozgató vállalkozások – számítanak. E csoportok érdekeinek érvényesülése a választásokon szavazatokban is kifejezésre jut, tehát az önkormányzatok tevékenységének középpontjába kell állítani a városrészek idegenforgalmi funkcióival kapcsolatos teendőket, és szorgalmazniuk kell a témával kapcsolatos vizsgálatokat.

Amikor az egyes háztartások egyre több időt és energiát fordítanak arra, hogy eldöntsék, a szabadidő eltöltés mely formáját válasszák, mi legyen az úti céljuk, mennyi ideig tartózkodjanak a meglátogatott helyen, ott mennyi pénzt költsenek [43], akkor a kiéleződő versenyben a célállomások területgazdáinak is körültekintően, piacorientáltan kell a turisták fogadását előkészíteni.

Nem szabad messzemenő következtetéseket levonni abból, hogy a főváros 23 kerületi önkormányzatából hét miért nem vállalta a vizsgálatban való részvételt. Magyarázatot keresve az önkormányzatok elzárkózó magatartására, feltételezhető, hogy többségük eddig nem ismerte fel az idegenforgalom területén hasznosítható lehetőségeit, vagy nincs elegendő pénz a fejlesztésekre, esetleg a helyi idegenforgalomban fantáziát látó vállalkozói csoport hiánya okozza a tervszerű fejlesztések területén tapasztalható mozdulatlan-ságot.

A kutatást segítő önkormányzatok polgármesterei – értékelendő a tudomány hasznosíthatóságát a döntés-előkészítésben, fejlesztésben – minden esetben készségesen álltak rendelkezésünkre, az apparátusi szint azonban már a legtöbbször hivatali ügyként (ennél fogva teherként) kezelte a kérdéseinket.

A turizmus önkormányzati kezelésével kapcsolatosan megállapítható, hogy a

8. táblázat A turizmus helye a kerületek igazgatásában

I. ker. P.R. referens	II. ker. Igazgatási Irodavezető
III. ker. Alpolgármester	VIII. ker. Alpolgármester
V. ker. Főépítész	X. ker. Építészeti Iroda, városfejlesztési csoport
VI. ker. Főépítész	XI. ker. Főépítész
IX. ker. Polgármester referense, Humánszolgáltató Iroda	XIII. ker. Főépítész, sajtóreferens, Művelődési Ifjúsági és Sport Osztály
XV. ker. Alpolgármester, Vállalkozási és Vagyongazdálkodási Iroda	XVI. ker. Igazgatási ügyosztályvezető
XVIII. ker. Főépítész, Vagyongazdálkodási és Beruházási Iroda	XVII. ker. Alpolgármester
XIX. ker. Alpolgármester	XXIII. ker. Polgármester Sajtófelelős
XXI. ker. Művelődési iroda ifjúsági koordinátora	XII. Főépítész
XXII. ker. Turisztikai referens	

Forrás: Saját adatgyűjtés (az 1995. évi állapot adatközlő szándéka szerinti frissítéssel)

kerületi polgármesteri hivatalok többségében nincs olyan tisztviselő, akinek a kezében összpontosulnának a turizmussal összefüggő információk, adatok; akiknek feladata lenne, a koordinálás a kerületi önkormányzat, a fővárosi önkormányzat, a kamarák és szövetségek, a kereskedelmi szálláshelyek, a vendéglátó egységek, a civil szervezetek és a kulturális intézmények között.

A 8. táblázatból is kitűnik, hogy a városrészek vezetői mennyire különböző módon ítélik meg az idegenforgalom hivatali besorolását. A XXII. kerület – ahol csoportvezetői beosztásban főállású turisztikai referenst foglalkoztatnak – és az I. kerület, ahol a polgármester P.R. (public relations) referensének feladatai között szerepel a turizmussal kapcsolatos teendők ellátása, kivételével az alpolgármestertől a főépítészen, a vállalkozói, igazgatási, humánszolgáltatási irodán keresztül egészen a közművelődési csoportig sorolható a fővárosi kerületekben azok köre, akiket elsődlegesen kompetensnek tekintenek a polgármesterek a városrészüket érintő idegenforgalmi kérdések kapcsán.

Már Defert, P. [36] is rámutatott arra, hogy a turizmus egy interszektoralis ágazat így a hivatali ügymenetben is különböző adminisztrációs területekhez tartozhat. Amíg a kerületi polgármesteri hivatalokban nincs egy olyan tisztviselő, vagy csoport, amely elfogadott koncepció alapján átfogóan (önkormányzati, lakossági, fővárosi érdek, városkép, stb.) kezelné a turizmus ügyét, addig – a tervezési, engedélyezési és érdekeltségi szintek elcsúszása miatt – esetenként továbbra is jelentősebb bevétel nélkül kínálják a kerületek nemzetközi híru vonzásadottságaikat. E témában kiemelendő, hogy a turizmusiparban tevékenykedő egyéneknek és érdekcsoportoknak az igazgatási szférára gyakorolt fokozódó nyomása – amely leginkább a döntés-előkészítés fázisában jelentkezik [130] – szintén megköveteli az eligazodni képes szakember alkalmazását.

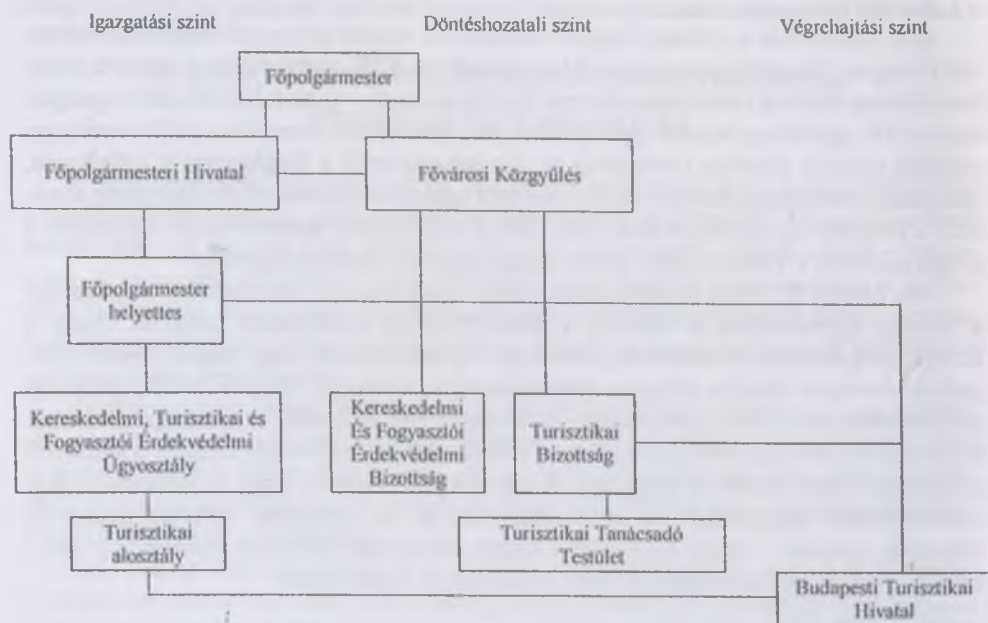
A Fővárosi Önkormányzat turizmuspolitikája

A Fővárosi Önkormányzat a turizmust kiemelt területként kezeli, amelyről korábban az 1991. évi XX. tv. 66. §-a rendelkezett. E szerint: „a Fővárosi Önkormányzat Közgyűlése összehangolja az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel, gondoskodik az idegenforgalmi értékek feltárásáról, bemutatásáról, propagálásáról. Összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését és elemzi a terület idegenforgalmának alakulását... Ellátja az idegenforgalom területi irányításával kapcsolatos feladatokat.” Az önkormányzati törvény 1994. évi módosításában a 63/a § I. pont már kötelezően ellátandó feladatként határozza meg az önkormányzat turisztikai feladatait. Ezek közül kiemelendő a turisztikai koncepciójának kialakítása, illetve a feladatok ellátása érdekében turisztikai szervezetének létrehozása és működtetése. A törvényből eredő teendőket a 7. ábrán bemutatott rendszer szerint látja el a Fővárosi Önkormányzat.

A turizmus kiemelt szerepkörére való tekintettel mind az igazgatási, mind a döntéshozatali, mind pedig a végrehajtási szinten megtalálható a turizmusért felelős szervezeti egység, vagy testület. A hivatali rendben a főpolgármester-helyettes felügyeli a Kereskedelmi, Turisztikai és Fogyasztói Érdekvédelmi Ügyosztályt, amely keretén belül végzi munkáját a turisztikai alosztály két munkatársa. Az alosztály felsőfokú végzettséggel és nyelvismerettel rendelkező tisztviselői a hivatal ügymenetéből fakadó elengedhetetlen adminisztrációs feladatokon túl, közreműködnek a Budapesti Turisztikai Hivatal működéséből eredő feladatok ellátásában, a vállalkozók által kezdeményezett programok, rendezvények, turisztikai szerepének minősítésében, véleményezésében, a turizmus területét

7. ábra

A Turizmus helye a Fővárosi Önkormányzat működésében



Forrás: Fővárosi Önkormányzat

érintő rendelettervezetek előkészítésében. Ellátják a Fővárosi Idegenforgalmi Alap pályázataival kapcsolatos teendőket. Végzik a támogatással összefüggő feladatokat, valamint az egyedi felhasználási keretre vonatkozó döntések előkészítését, ellenőrzik a támogatások igénybevételét és elszámolásukat. 1998-tól az Önkormányzat Közgyűlésén belül önálló Turisztikai Bizottság is működik, de a szakemberekből álló Turisztikai Tanácsadó Testület véleményezési jogköre is egyfajta szűrőt jelent az idegenforgalmi kérdésekben.

Budapest idegenforgalmi marketingje

A Fővárosi Közgyűlés – 1995. augusztus 31-ei határozatával –, önálló költségvetési intézményeként alapította meg Budapest non-profit turisztikai marketingszervezetét, a *Budapesti Turisztikai Hivatalt*, azzal a céllal, hogy a főváros turizmusának fellendítése érdekében jó gazda kezébe kerüljön a város turisztikai arculatának, marketingstratégiájának kialakítása, a turista információs irodák hálózatának kiépítése és működtetése.

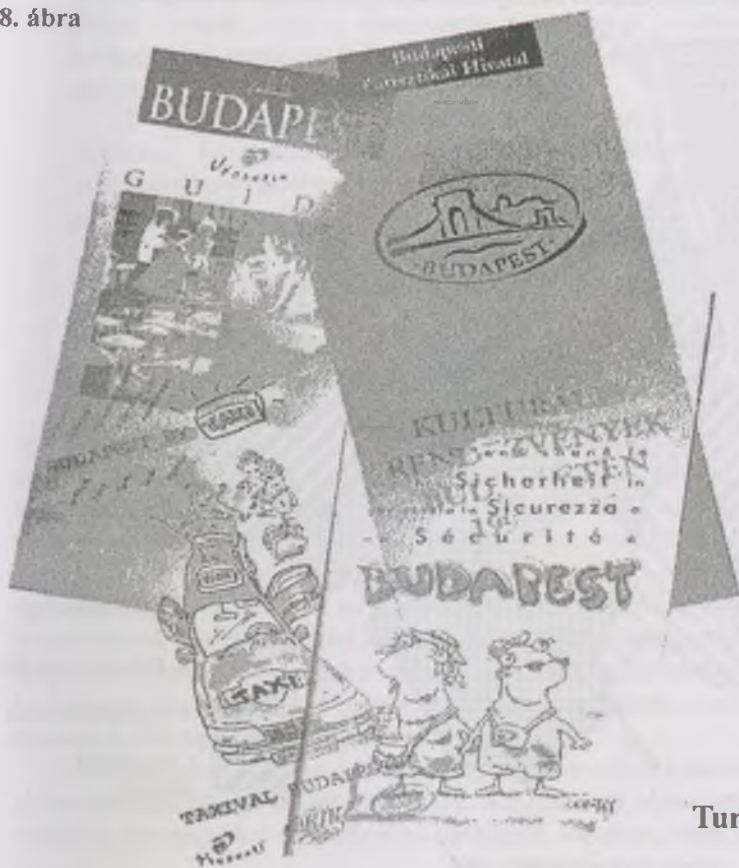
Budapest vonzásadottságai közötti eligazodás és a tájékozódás terén meglévő nagymértékű lemaradáson javítottak az információs jelzőrendszer megvalósításával és az elektronikus tájékoztatás megerősítésével. 1997 őszétől segíti a főváros vendégeit a város 124 pontján elhelyezett turisztikai információs táblarendszer, amely magyar felirattal és piktogramokkal igazítja útba a látogatókat. Jelenleg a város 11 pontján üzemel számítógépes, érintőképernyős, várostérképre alapozott, a tömeg és autós közlekedést is segítő, több nyelven kommunikáló információs készülék.

A Budaörsi Agip töltőállomáson és a Nyugati pályaudvar csarnok épületében 1993 óta működő turisztikai információs irodák (Tourinform) – amelyekben a személyes kapcsolat varázsára építve, idegen nyelveket beszélő fiatalok segítenek a főváros vendégeinek eligazításában – üzemeltetését átvették, majd 1998-ban újabb irodával bővítették a hálózatot. A Király utcai irodában – a *Falusi Turizmus Szövetségével* közös üzemeltetésben – informálják a turistákat. 1999-től már a Budai Várban is működik Tourinform iroda, és várhatóan 2000 márciusában a Liszt Ferenc téren komplex információs központ kezdi meg működését, mely kiváló bizonyítéka annak, hogy a főváros tervezetten kívánja értékesíteni vonzásadottságait.

A Budapesti Turisztikai Hivatal az elmúlt években számos informatív és invitatív kiadványt jelentetett meg több nyelven, több százezer példányban. A City Map (város-térkép); a Múzeum Guide (a fővárosi múzeumok és kiállítótermek); a Budapest Guide (általános információk a fővárosról); a Fürdőprospektus (fővárosi fürdők, strandok) mellett a Biztonságosan Budapesten és a Taxival Budapesten című ingyenes tájékoztató füzeteket (8. ábra), valamint a Budapestet bemutató igényes promóciós rövidfilmet nemcsak a hazai Tourinform irodák és kereskedelmi szálláshelyek polcaira, hanem a nemzetközi utazási kiállítások közönségéhez is eljuttatják.

„Az egész város a zsebében” a mottója annak a Budapesti Turisztikai Hivatal által kifejlesztett Budapest Kártyának, amely tulajdonosának több mint százféle kedvezményt

8. ábra



A Budapesti
Turisztikai Hivatal
kiadványai

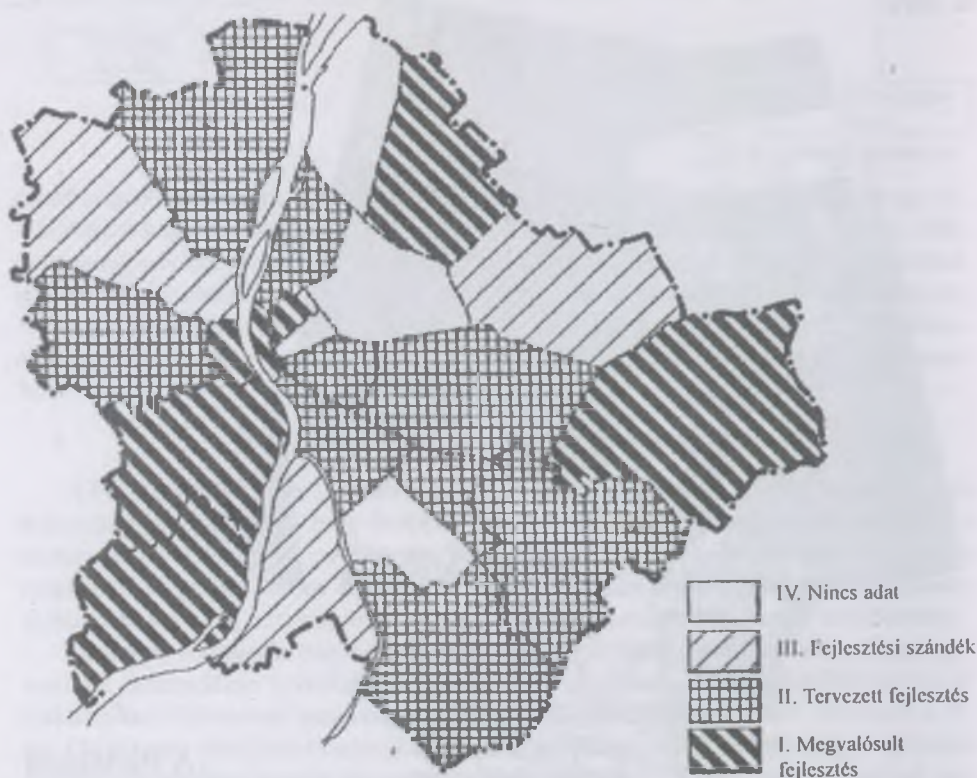
nyújt. A két és háromnapos időtartamra is megvásárolható kártya szolgáltatásait (pl. korlátlan utazás a tömegközlekedési eszközökön, illetve ingyenes múzeumi belépés stb.) egy százdoldalas prospektus mutatja be.

A turizmus fejlesztésének önkormányzati feladatai és lehetőségei

Az idegenforgalmi szakemberek, vállalkozók és a politikusok körében is gyakran elhangzik olyan megállapítás, hogy hiányzik egy markáns, jellegzetes Budapest-image. Sem az önkormányzatok, sem a polgárok számára nem lehet közömbös, hogy milyen benyomást kelt egy olyan európai főváros, amelynek komoly esélyei vannak, hogy bizonyos értelemben a kelet-közép-európai térség központjává, „fővárosává” váljék.

Az új image kialakításához természetesen figyelembe kell venni a régió megváltozott körülményeit, és Budapest számára a napi politika hullámvásaitól mentes, stabil, reális és korszerű arculatot kell kidolgozni [46]. Ez azért is fontos, mert az image-ét spon-tán módon befolyásoló elemek között túl sok a felszíniesség, a sztereotípiák, és ezek az összképet nem mindig a valóságnak megfelelően formálják. A kerületek döntéshozó tes-

9. ábra A kerületi önkormányzatok turizmuspolitikája



Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

tületeinek szem előtt kell tartani, hogy az idegenforgalmi célú fejlesztéseik hatása átnyúlik a városrész határain, és azok eredménye az idelátogató vendégekben már Budapestről alakítja ki a végső – nem minden esetben kedvező – benyomásokat.

Napjainkban elsősorban fővárosi, de néhány esetben kerületi szinten is kialakulóban van egy olyan idegenforgalmi stratégia, amely lehetőséget teremt a turizmus fejlesztési és rendezési tervekbe való integráns beépülésére. Még mindig erősek azonban azok – a politikai és szemléletbeli különbségekből eredő – érdekellentétek, amelyek hátráltatják a turizmus egységes megítélését a fővárost és a kerületeket képviselők között. Ehhez hozzájárul az is, hogy a vonzerőt jelentő kulturális intézmények többsége nem a főváros, vagy a kerületek tulajdona, így azoknak a turizmusba történő aktívabb bevonásáról, vagy a funkcióhoz jobban igazodó átalakításáról nem mindig a helyi érdekeknek megfelelően születik döntés.

A kerületi önkormányzatok fejlesztési terveinek területi vonatkozásai

Budapest kerületeit a turizmus kapcsán várható, vagy már megkezdett fejlesztéseket alapul véve négy kategóriába sorolhatjuk (9. ábra).

I. kategóriába azok a kerületek tartoznak, ahol már a részletes rendezési tervhez közvetlenül kapcsolódóan tetten érhetőek az idegenforgalmi fejlesztési pontok, illetve térségek, vagy a városvezetés a turisztikai vonzásadottságokon alapuló konkrét, a megvalósítás fázisában lévő – nem kizárólag építészeti – tervekkel rendelkezik.

II. kategóriába soroltuk azokat a kerületeket, ahol az érvényben lévő részletes rendezési terv nem utal idegenforgalmi fejlesztésekre, de az általános város(rész)konceptióban, vagy a vezető tisztviselők munkaterveiben szerepel idegenforgalmi fejlesztés.

III. kategóriába tartozó kerületeknél sem a részletes rendezési tervben, sem a vezetés nyilatkozatai alapján nem tapasztalható lényegi elmozdulás a turizmus helyi fejlesztését illetően.

IV. kategóriát ott alkalmaztuk, ahol e téren semmi nemű információval nem szolgáltak az önkormányzatok illetékesei.

Az a terület, ahol a turizmus kifejti hatását az Önkormányzat igazgatása alatt áll, de úgy is fogalmazhatunk, hogy az Önkormányzat a funkcionálisan kevert turisztikai tér gazdája. S mint ilyen rajta is múlik, hogy a vendégek évről évre egyre nagyobb számban felkeressék a kerületet. Olyan vállalkozásbarát gazdasági környezet jön létre, amely a funkciót kiszolgáló beruházások létrehozását megteremtik [25].

Mivel a könyv terjedelmi korlátja a fejlesztés területén meglevő információbázisunk egészének bemutatására nem ad lehetőséget, ezért az alábbiakban a teljesség igénye nélkül próbálunk meg bepillantást nyújtani a kerületi önkormányzatoknak a városrész idegenforgalmi funkcióját szorgalmazó terveibe. Annak érdekében, hogy egyfajta rendszerben lássuk a kerületeknek a turizmus különböző területeire vonatkozó koncepcióját a *Tasnádi J.-féle* tipizálást [170] vesszük alapul.

Üdülőturizmus: A város, különösen egy főváros ritkán kínál alkalmas teret a klaszikus értelemben vett üdülőturizmusnak. Azonban egy olyan, nemzetközi hírű gyógyvizekkel, barlangokkal és parkokkal bővelkedő városban, mint Budapest – a gyógy-

üdülést kihangsúlyozva – mindenképp a fejlesztés egyik letéteményesének kell tekinteni.

A fővárosi gyógyfürdők a *Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Rt.* kezelésében vannak, így közvetlen önkormányzati érdekeltséget nem látnak a kerületek vezetői a gyógyturizmusban való részvételben. Ennek ellenére vannak olyan önkormányzatok, amelyek e téren az érdekek összehangolásával igyekeznek a fejlesztést segíteni.

A *XI. kerület* vezetése felismerte, hogy a gyógy-idegenforgalom területén különlegesen vonzó célpontot jelenthet a Gellérthegy belsejében lévő folyosó, amely a hegy belsejének geológiai viszonyai, gyógyvizei révén speciális klimatikus és radiológiai adottságokkal rendelkezik, így kiválóan alkalmas lehet különböző betegségek barlangterápiás kezelésére, ugyanakkor csatlakoztatható lenne a Gellért, Rudas-, és Rácz fürdőkhöz, az ott levő vagy tervezett szállodákhoz.

A *XV. kerület* is részt kíván venni a gyógyturizmus kibontakozásában. A lenyűgöző pestújhelyi őspark területén, a volt szovjet tüdőkórház rendbehozatalára és a környékbeli források további kutatására méltán alapozhatják a városrész vendégforgalmának növelését.

A *XVIII. kerület* az Üllői úti strand magánérés rekonstrukciójának támogatásával kíván kapcsolódni a főváros üdülturizmusához. (Amennyiben a strand a bel- és külföldi vendégek érdeklődését kiváltó vízi vidámpark jelleget ölt, úgy valóban szolgálhatja az üdülturizmust, máskülönben, a helyi lakosság szabadidős és rekreációs pontjaként jelezhető meg).

Budapest parkjainak megszépítésével, vonzóvá tételével nemcsak a helyi lakosok, hanem a főváros vendégei is lehetőséget kapnak szabadidejük igényes, zöld környezetben való eltöltésére anélkül, hogy elhagynák a város területét. A *XIII. kerület* a Margitsziget, a *X.* a Népliget fejlesztését célozta meg.

Kulturális turizmus: A városi turista motivációi közt – kevés kivételtől eltekintve – minden esetben megtaláljuk valamely nemzetközi hírnő műemlék, kiállítás, esetleg rendezvény megtekintésének szándékát. Azok a kerületek, amelynek területén megtalálhatók a kulturális attrakciók, viszonylag könnyű helyzetben vannak, mivel nincs más teendőjük, mint eladhatóvá tenni értékeiket, esetleg hozzájuk kapcsolódóan újabbakat létrehozni. Ahol szerényebbek a rendelkezésre álló lehetőségek, ott olyan egyedi vonzásokadottságokat érdemes kialakítani, amelyek nemzetközi érdeklődésre is számot tarthatnak. Nem meglepő tehát, hogy Budapest kerületeinek többsége az idegenforgalom e területét fejleszti.

Az *I. kerület* sokáig az egykori *Ybl Bazár* (később Ifjúsági Park) helyén egy nemzetközi műkereskedelmi központ létrehozásán fáradozott, amely a kulturális kínálat bővítésén túl, a Váralja területét is bevonta volna a turistaforgalomba. Mára ezen a területen egy konferenciaközpont megvalósítása látszik reálisabbnak. Ameddig nem dönt el az új Nemzeti Színház sorsa, addig az *I. kerületiek* a Budai Vigadó épületét kínálták fel erre a célra. A Francia Intézethez hasonlóan lehetőséget kívánnak nyújtani más országok kulturális intézeteinek is, hogy megjelenjenek a kerületben.

A *III. kerület* terveiben is tetten érhetőek a kulturális kínálat fejlesztésére utaló szándékok. Az Óbudai Társaskör színvonalas rendezvényei és az egykori selyemgyomolyító épületének hasznosítása eddig is alátámasztotta a városrész kulturális turizmus iránti elkötelezettségét. A leglátogatottabb történelmi városközpont (Fő tér) közelében – esetleg a Városháza alatt – hoznának létre egy kulturális centrumot, amely széles körben elégítené ki a külföldi vendégek igényeit.

A VI. kerületben európai hírű kulturális intézmények egész sorával találkozunk – az Operaház, a Zeneakadémia, a Bábszínház, a Fővárosi Operettszínház – így érthető, hogy a turizmus fejlesztését ebbe az irányba óhajtják folytatni. A főváros egyetlen reprezentatív sugárútjának, az Andrássy útnak a birtokosa a '30-as évek polgári hangulatát idéző, éttermekkel, irodalmi kávéházakkal rendelkező Pesti Broadway újbóli kiépítése mellett foglalt állást. Ennek tengelye a Nagymező utca lenne, az ide befutó utcákat sétáló utcává alakítanák át, és díszburkolattal látnák el.

A IX. kerület az évente megrendezésre kerülő Ferencvárosi Ünnepi Játékok, a XIII. kerület a Nemzetközi Betlehemes Találkozó, illetve a Kárpát-medencei gyermek képzőművészeti fesztivál, a VIII. kerület a Józsefvárosi Napok elnevezésű színvonalas programmal óhajtja szélesíteni vendégei számára a kulturális kínálatot.

A XI. kerületben elsősorban a rendezvény-konferencia turizmus már meglévő lehetőségeinek további bővítésében gondolkodnak. A városrész már ma is, de az ezredfordulót követően még inkább a főváros felsőoktatásának egyik központja lesz. Az egyetemek koncentrációjára alapozva konferenciaközpontokhoz kapcsolódó szálláshelyek létesítésével a tudományhoz és az oktatáshoz fűződő turizmus színtereivé válhatnak.

A XVIII. kerület érvényben levő hosszú távú városfejlesztési koncepciójában is megtalálhatók a kulturális vonzásadottságok bővítésére irányuló feladatok. Köztük említést érdemel az 1800-as évek elején épült, de 1944-ben felrobbant Gloriette kilátótorony és környékének helyreállítása, illetve egy nemzetközi gyermektalálkozók számára alkalmas „emlékpark” létesítése a Kapocs utcai iskola közelében lévő parkerdőben.

A XIX. kerületben a Wekerle-telep területén kívánnak olyan idegenforgalmi fejlesztésekbe kezdeni, amely azt alkalmassá teszi a külföldiek fogadására.

A széles értelemben vett kulturális turizmushoz tartozik a XXII. kerület „borváros” koncepciója, mely szerint a városrészben található pincészetek, borgazdaságok turisztikai hasznosításával lehet a városba érkezők élményeit bővíteni.

Sportturizmus: A szabadidő testmozgással való színvonalas eltöltésének biztosítására irányuló önkormányzati kísérletek nemcsak a nemzetközi turizmus fellendüléséhez járulhatnak hozzá, hanem a városi lakosság rekreációs lehetőségeit is bővíthetik. A sportturizmus, mint elsődleges motiváció nem játszik meghatározó szerepet Budapest vendégforgalmában, azonban tárgyalását a nagyrendezvények (budapesti maratonfutás, Atlétikai EB, Öttusa VB, Forma I.) ugyanúgy indokolják, mint a kerékpárral esetleg kenuval érkező, vagy a reggeleit kocogással, teniszezéssel töltő vendégek jelenléte.

A III. kerület a Római Parti üdülőövezetben, a XI. kerület a Lágymányosi öböl környékén, a XIII. kerület pedig a Népszigeten óhajt vízisport-központokat létesíteni. A VIII. kerületi önkormányzat az Orczy kertben található sportlétesítmények fejlesztése mellett egy Aqua-park létesítését is tervezi. A XI. kerületiek a Kamaraerdei Ifjúsági Park létesítményeinek jobb kihasználásában, továbbfejlesztésében, illetve a Sas-hegy természetvédelmi területén való kulturált közpark létrehozásában látnak e téren kimozdulási esélyt. A XV. kerület rendezési tervében a belső kerületekhez csatlakozva kerékpárút kialakítását tervezik, amelynek vonalán pihenőparkot és a későbbiekben sportcentrumot is építenének.

Megítélésünk szerint az idegenforgalomnak a sportturizmus az a szegmense, amely révén a városkörnyék, az agglomeráció települései sikeresen kapcsolódhatnak a főváros turisztikai kínálatához (kirándulás, lovaglás, horgászás, golf, stb.).

Gazdasági turizmus: Mivel a nagyvárosok az üzleti és kereskedelmi életnek

egyaránt színterei, így a motiváció széles skáláján mozog az e célból Budapestre látogatók köre. Az üzletkötésre, az incentive utakra vagy a szakmai kongresszusokra és vásárokra érkező turista magasabb színvonalú költési igényeinek kiszolgálásában az önkormányzatoknak is szerepet kell vállalnia. Ebben úgy vehetnek részt, hogy kedvező feltételekkel biztosítanak lehetőséget az e téren beruházni szándékozóknak, illetve maguk is bevezethetik a turistaforgalmat olyan térségekbe, ahol költési lehetősége van a külföldi vendégnek.

Az I. kerület az Ybl Bazár konferencia központtá történő átalakításával maga is részesévé válhat az e téren realizálódó üzleti turizmusnak és az abból származó bevételeknek.

Az V. kerület viszonylag könnyű helyzetben van, mert itt összpontosul a főváros nemzetközi üzleti és kereskedelmi élete. Mégis felelősséget érez a városrész egyenlőtlen fejlődése miatt, így a Belváros déli részére szóló rendezési terv elfogadását követően többek között a Váci utca déli folytatásának gyalogos zónává való átalakításával hozzájárult a koncentrált turistaforgalom területi differenciálásához.

A VI. kerület a rendelkezésére álló Belváros közeli foghíjtelkeket kihasználva szándékozik a Király utca – Károly Körút térségében egy bank negyedet létrehozni, amelyhez épített mélygarázsokban helyezné el a cityből kiszorult parkolni szándékozó gépkocsiflómány egy részét.

A kiskereskedelemhez kötődő bevásárló turizmus terén tervez előrelépéseket a XIII. kerületi önkormányzat azzal, hogy a Vámház körúti csarnokhoz hasonló színvonalúvá kívánja átalakítani a Lehel téri piacot, illetve a Duna Plaza és a Westend City Center környékét rendezni.

A VIII. kerület a Kerepesi úton, a XII. kerület az Alkotás utcában épülő bevásárló és szabadidő központokkal erősíti a főváros gazdasági turizmusát.

Több kerület (XI, XV, XVII, XIX) koncepciójában egyaránt megtalálható a „városkapu” szerepének felvállalása. A fővárosba bevezető autópályák, a környező és a főútvonalak találkozási pontjai nyugat-európai mintára nemzetközi áruházláncokkal (Metro, Cora, Spar, Auchan) együttműködve bevásárló centrumok létesítésére adnának területeket, s ezekhez a shopping citykhez az agglomerációban élőket és a kelet-európai turisták bizonyos rétegeit egyaránt kiszolgáló szórakoztató (mozi, vidámpark, mesterséges csónakázó tó, stb.) központokat építenének.

A Férihegyi repülőtér közelségéből származó előnyök kihasználhatósága is foglalkoztatja az érintett önkormányzatokat (XVII, XVIII). A magukat periféria helyzetben érző városrészek vezetői szeretnék elérni, hogy a fővárosba légi úton érkezők kerületükben is megtalálják azokat a színvonalas szolgáltatásokat, amely miatt egyelőre a megérkezés után közvetlen a városközpontba vezet útjuk.

Reméljük, a fenti korántsem teljes felsorolással, sikerült érzékeltetni, hogy a turizmus különböző területein – szem előtt tartva a városrész földrajzi fekvéséből és történelmi hagyományaiból fakadó lehetőségeket – milyen fejlesztési feladatokat tűztek ki maguk elé az önkormányzatok. Itt jegyezzük meg, annak ellenére, hogy a törvény szerint² „az önkormányzatok rendeltetése a helyi érdekű közügyek intézése és ennek keretében a településfejlesztés az első helyen szerepel”, a fejlesztést nem tartjuk kizárólagosan önkormányzati feladatnak. A civil szervezetek bevonása, a mellérendeltségen alapuló, szereződéses viszonyok nagyobb arányú elterjesztése számos előnnyel járhat a fejlesztés során [66]. Így a döntés-előkészítésnek széles körű társadalmi véleményalkotáson és tudományos megalapozottságon kell nyugodnia.

² A helyi önkormányzatokról szóló 1990. évi törvény 8. Szakasz (1) bek.

A Fővárosi Önkormányzat fejlesztési terveinek területi vonatkozásai

Az első kategóriába sorolt kerületekhez hasonlóan a turizmus fejlesztését a Fővárosi Önkormányzatnál is két szintben valósítják meg. Létezik egy koncepcionális, rövid és közép távú, gyakorlatorientált megvalósítási munkaterv [26]. E mellett az érvényben levő általános rendezési tervben (ÁRT) már külön fejezet foglalkozik a turizmus és a szabadidős tevékenység területi kérdéseivel [110]. A Fővárosi Önkormányzat Köz-gyűlése 1995 májusában fogadta el Budapest turizmusának fejlesztési koncepcióját, amelyet zártkörű pályázat eredményeként egy konzorcium készített el [163].

A koncepció alapvető célkitűzésként „az állami és önkormányzati deviza- és adóbevételek növelését, a vállalkozói tevékenység elősegítését, új munkahelyek teremtését, Budapest nemzetközi versenyképességének helyreállítását” jelöli meg. A kitűzött cél elérése érdekében többek között javasolta – az azóta megvalósult – Fővárosi Turisztikai Hivatal felállítását, amelynek feladata a főváros turisztikával kapcsolatos tevékenységének a közérdek és a várospolitikai egyéb elemeivel való összehangolása.

Budapest Középtávú Fejlesztési koncepciójában is külön rész foglalkozik a turizmussal [175]. A koncepció megállapításai szerint területileg a Budai Vár, a termékek szempontjából a kulturális, a konferencia, az úgynevezett lágy és a termálturizmus fejlesztésére kell koncentrálni. Az elérendő célok egy részének megvalósítását a magánszektor feladatának tekinti (pl. szállodaszektor differenciált átalakítása, Duna adottságainak jobb kihasználása), másik részéhez közvetlen fővárosi beavatkozást javasol (pl. tudatos marketingkoncepció, fürdőpolitika, kialakulóban lévő decentrumok és érkezési pontok fejlesztése, a rekreációs lehetőségek jobb kihasználása).

Mivel az ÁRT programja a fővárost a karakterükben, a város életében betöltött szerepük és működésük alapján öt jól elkülöníthető zónára (belső, átmeneti, elővárosi, hegyvidéki, Duna menti) osztja (10. ábra), így az idegenforgalmi–szabadidős fejlesztések is ezt a keretet követik. Általános célként az idegenforgalom által preferált térségek kiterjesztését, illetve a meglévők minőségének fejlesztését tekinti. Ezen belül kiemelt területként kezeli a város történeti magját jelentő térséget mind a városkép, mind a műemlékek, közterületek és az intézményhálózat kiépítése szempontjából.

A *belső zónában* elsősorban a minőségi fejlesztés a cél, amelyet az eddig üresen maradt, de hasznosíthatónak ítélt területek és a foghíjak beépítésének, valamint a belső területi rehabilitáció módszerével kívánnak elérni. A foghíjbeépítésekkel az elsődleges szállodahálózat-fejlesztési célon túl a városképi hiányosságok pótlását, valamint a térség vitalizációját segítik elő. A rehabilitációs jellegű beavatkozások során a városi élet színterén nagyobb gondot kell fordítani a közterületek kialakítására, ápolására. Az új beépítéseknél közhasznú területeket, telken belüli passzázsokat kell létrehozni.

Az *átmeneti zónát* a mennyiségi fejlesztés térségének tekintik, amelyet alkalmassá kell tenni arra, hogy az idegenforgalom cél- és háttérterületét további kínálattal bővítse. Budapest idegenforgalmi szuprastruktúrájában jelentkező kapacitáshiány felszámolása, elsősorban a szállásférőhelyek számának bővítésével és a kapcsolódó intézményi hálózat e zónákban való fejlesztésével kívánatos. Mivel az átmeneti zónában nem a hagyományörző beépítés a meghatározó, így az új beépítés kötetlenebb is lehet. Ebből következik, hogy a mennyiségi mutatók is szabadabbak, vagyis a nagyobb tömegű, nagy forgalmat vonzó idegenforgalmi létesítmények kialakítása révén a mennyiségi hiányok kielégítése éppen e zónában lehetséges.

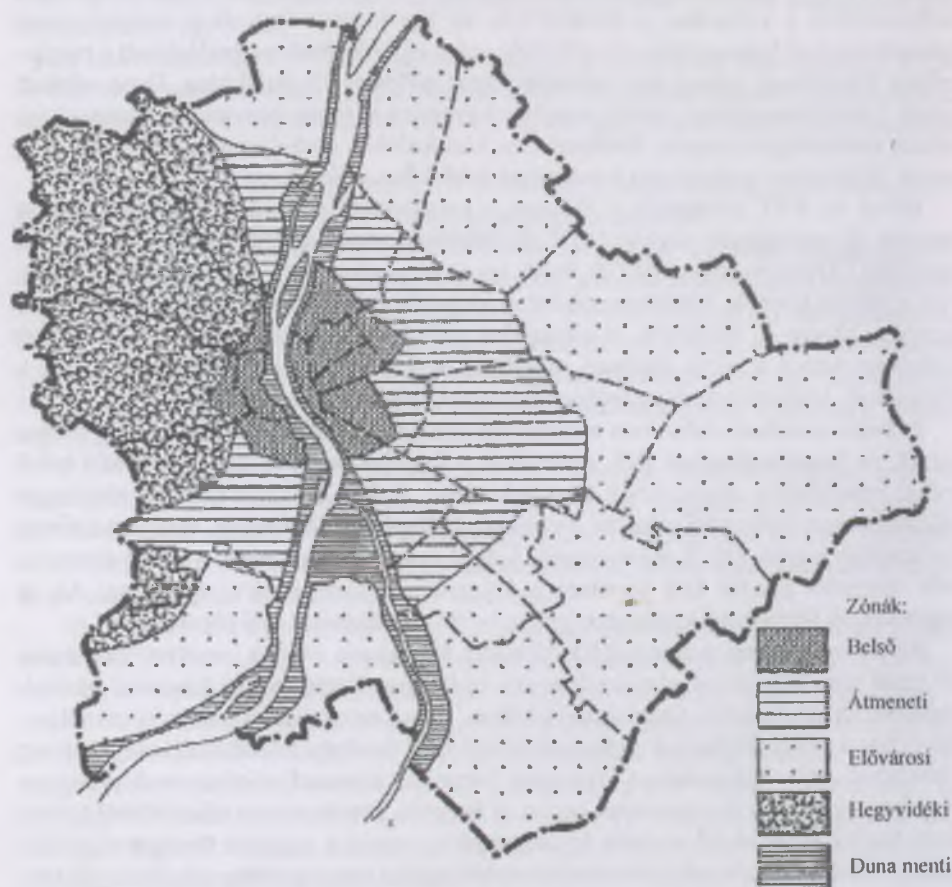
Az *elővárosi zóna* – az idegenforgalom megfelelő fogadóképességének kialakításával – a város határában elsősorban a tranzitturizmus színteréül szolgálna. A „városkapuk” építészeti és városrendező elemként való kialakítása révén a tranzit- és bevásárló turizmusban résztvevők nem terhelik főlegesen a város belső területeit.

A *hegyvidéki zóna* természeti adottságait a környezet túlterhelése nélkül kell az idegenforgalom és a szabadidő eltöltés szolgálatába állítani. Elsősorban a kiránduló, az üdülő és gyógyturizmus fejlesztése lehetséges ebben a zónában. A szállásférőhelyek kialakításánál az üdülturizmus igényeit kielégítő, hosszabb tartózkodásra alkalmas kiegészítő funkciók létrehozása is indokolt. Fejlesztendő a természetjáráshoz szükséges információs, és ellátó hálózat valamint a természetjáró sportokhoz szükséges intézményi és szolgáltatói háttér.

A *Duna menti zónának* – mint a főváros kiemelkedő vonzásadottságainak egyike – az idegenforgalom és szabadidő eltöltés számára történő fokozottabb hasznosítása elsőrendű feladat. A Duna parti területek a befektetői tőke szempontjából a legértékesebbek közé tartoznak, különösen a szállodaépítés tekintetében. A belső zónára eső

Budapest zónarendszere az ÁRT besorolása szerint

10. ábra



Forrás: Budapest Főváros Általános Rendezési Terve, Program 1994

Duna-szakasz a Világörökség része, így a fejlesztés bizonyos értelemben korlátozott, azonban az átmeneti zóna területén már a környezeti alkalmazkodás kissé kötetlenebb. Az elővárosi zóna területéhez csatlakozó parti szakaszon a vízi turizmusra, üdülésre, vízparti rekreációra szerveződő idegenforgalmi fejlesztés indokolt.

Az ÁRT készítői arra törekedtek, hogy megteremtsék annak lehetőségét, hogy a fentiekben bemutatott fejlesztések ne öntörvényűen valósuljanak meg, hanem előre kidolgozott rehabilitációs indíttatású idegenforgalmi stratégiai tervek alapján.

A nyugat-európai városok vezetését egyre inkább olyan vállalkozói ideológia határozza meg és irányítja „kedvezőbb környezet” kialakítása felé, amely vonzást gyakorol a külföldi tőkére [25], és elsősorban a szabadidő iparba történő befektetésekre irányul. Az ÁRT és a hozzá kapcsolódó kerületi Részletes Rendezési Tervek megvalósítása révén Budapest is jelentős lépést tehet a világ turizmusközpontjainhoz való felzárkózás útján.

Egy turistaközpont fejlesztési feladatai

A Budai Várnak helyt adó, a főváros idegenforgalmilag leginkább frekvenciát kerületének vezetése felismerte: annak ellenére, hogy a turizmus nem tartozik a polgármesteri hivatal szorosan értelmezett „igazgatási” tevékenységei közé, mégis feladatának kell, hogy tekintse a funkció magas színvonalú működésével, működtetésével kapcsolatos tervezést, fejlesztést, döntés-előkészítést. Erre a célra Budapest kerületi önkormányzatai között elsőként létrehozta egy PR. (Public Relation) menedzseri státuszt, amely nagyban segítette a turizmussal kapcsolatos koordinációs tevékenység beindítását. Sok önkormányzat gondolja úgy, hogy könnyű dolga van az I. kerületnek, mikor számos nemzetközileg ismert és keresett vonzásadottsággal rendelkezik. Arról azonban megfeledeznek, hogy a turistát nem elég a látnivalók révén az adott területre csábítani, el kell érni azt is, hogy ott megszálljon, fogyasszon, igénybe vegye a szolgáltatásokat, mert ezek hoznak anyagi hasznót a kerületnek. Az ebből származó bevétel lehet majd az alapja a későbbi turisztikai célú beruházásoknak.

Az I. kerület megpróbált elébe menni a turizmus révén létrejövő társadalmi, gazdasági és térbeli folyamatoknak. 1995. augusztus 16-án, szerdán forgalomszámlálást tartottak a Várban, amelynek a célja az volt, hogy megállapítsák mekkora terhelést okoz a városrészben egy átlagos nyári hétköznapon a vendégforgalom. A vizsgálat – figyelembe véve az esetleges hibalehetőségeket és a helyi lakosság kiszűrésének nehézségét – többek között megállapította, hogy az adott napon közel húszezer turista kereste fel a Várat, ezer gépkocsi haladt át a Dísz téren, illetve a Bécsi Kapun. A legnagyobb forgalmat a déli órákban észlelték, estére a forgalom a felére csökkent. Az I. kerület annak ellenére, hogy befizetéseihez képest kisebb mértékben részesedik a turizmus bevételeiből – mivel a vállalkozók (vendéglátósok, üzletlajdonosok) a Fővárosi Önkormányzathoz fizetik iparüzési adójukat és a kereskedelmi szálláshelyek utáni idegenforgalmi adó is csak visszaosztás révén kerül az Önkormányzathoz – mégis úgy érzi, felelősséggel tartozik a területén található Világörökség miatt, még ha a fejlesztésben csak az értéknövelés és a lakók életminőségének javítása által válik igazán érdekelté. Közvetlen önkormányzati bevétel egyrészt a bérbe adott vendéglátóhelyekről származhat, azonban a korábbi bérleti joggal rendelkező Budavár Rt-vel kötött megállapodás szerint tíz évig nem emelheti az Önkormányzat a bérleti díjat a hozzá visszakerült egységeknél.

A kerületi Önkormányzat PR. menedzserével készült interjú alkalmával kiderült, hogy a városrész vezetésének nincsenek pontos információi a hozzájuk érkező vendégek

köréről és nagyságrendjéről, turisztikai szokásaikról. A tisztviselő ismeretei szerint még nem készült átfogó felmérés a kerület idegenforgalmáról. Mégis felelősségteljes döntések vannak a testület, vagy a tisztviselők kezében a vonzásadottságok bővítéséről szóló koncepciók elbírálásakor, az engedélyek kiadásakor. A kerületben megtartandó kulturális rendezvények zömmel fővárosi, ritkán közös szervezésűek. Problémát jelent továbbá, hogy a frekvenciált területek használatának (közterület-foglalás) engedélyezése is a főváros kezében van, ez többször okozott már konfliktust. Sok a kerületben az országos és fővárosi intézmény, amely felett érthetően szintén nem rendelkezhet a kerület. A nagyobb műemlékek a Kincstári Vagyonkezelő birtokában vannak, amellyel kapcsolatos hatósági feladatokat a Műemlékvédelmi Hivatal látja el. Mivel a fürdők sem kerületi tulajdonúak, ezért a tisztviselő szerint az Önkormányzat akkor foglalkozhat a gyógyidegenforgalom fejlesztésével, ha ezek tulajdonjogát megkapja, különben érdektelen a fejlesztésükben.

Mivel ilyen, a vonzásadottságok széles skálájával rendelkező kerület csak tág perspektívában gondolkodva tud megfelelni a nemzetközi elvárásoknak, ezért elébe kell menni a turizmus elvárásainak és a turizmus érdekeit is figyelembe véve szükséges a városrész funkcióinak fejlesztését kezelni.

A városi közlekedéspolitika idegenforgalmi vetülete

A kutatás során elsősorban arra a kérdésre kerestük a választ, hogy Budapest közlekedéspolitikája miként veszi figyelembe, az évente közel 10 millió külföldi turistát, átutazót és jelenlétük mennyiben járul hozzá a környezet terheléséhez. A vizsgálat súlypontjait *egyrészt* a városi tömegközlekedés jelentette, mivel ezen a területen mérhető legközvetlenebbül a külföldi vendégek fogadására történt felkészültség, *másrészt* a gépkocsival, turistabusszal érkezők, vagy taxival közlekedők infrastrukturális lehetőségeit tanulmányoztuk.

Az idegenforgalom a városi térben fokozott helyváltoztatást igénylő jelenség, így a helyi közlekedés színvonalától nagymértékben függ a turizmus sikeressége. Ezért a város turisták által történő használatának problémakörétől nem választható el a közlekedési funkció igénybevétele, és az adott város közlekedéspolitikájának értékelése sem. Ehhez természetesen azt is hozzá kell tennünk, hogy az idegenforgalom jelenléte legtöbb esetben a közlekedés fejlesztésének fontos indítékává válhat, mivel a turizmus piacképes szolgálata megköveteli a város infrastruktúrája vizsgált szegmensének körülményeként fejlesztését. *Kaspar, C.* [78] véleménye szerint egy város közlekedéspolitikája három módon befolyásolhatja a turizmus fejlődését:

1. az úthálózat minősége,
2. a tömegközlekedés szolgáltatásának színvonala,
3. díjszabás-politika.

A kérdőíves felmérésünk során nyert információk alapján készített 9. táblázatunk bemutatja, hogy a turisták hogyan veszik igénybe a fővárosi közlekedési lehetőségeket. Az összesítést tekintve, figyelemre méltó a tömegközlekedés kiemelkedő aránya. A helyváltoztatás során a vendégek előnyben részesítik a város e szolgáltatását. Nem szabad figyelmen kívül hagyni a gépkocsi használat magas arányát sem, ugyanis ha ekko-

9. táblázat Budapest vendégei a városi közlekedés szerint (%)

	Összes megkérdezett	Amerika	Németország	Nyugat-Európa
Saját (bérelt) gépkocsival	24,6	35,1	22,5	21,1
Taxival	19,6	12,2	16,8	23,3
Gyalog	18,6	18,9	12,3	16,7
Tömegközlekedéssel	37,2	33,8	48,4	38,9

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

ra az igény az úthálózat „egyéni” módon történő használatára, akkor a város vezetésének fokozott figyelmet kell fordítania a jó minőségű (kátyúmentes) utakra, megfelelő parkolási lehetőségre és tájékoztató táblákra, segítendő a külföldiek budapesti közlekedését. A taxi szolgáltatást igénybevevő közel egyötödös arány is arra kell, hogy ösztönözze a város vezetőit, folytassák az egységes szabályozás terén megkezdett folyamatot. Annak ellenére, hogy Budapest vonzásadottságai néhány jól behatárolt térben helyezkednek el, lehetőség van azok gyalogos megközelítésére, ezt a közlekedési formát választják a legkevésbé a turisták (okainak elemzésére a későbbiekben visszatérünk). A városi közlekedésben résztvevők csoportspecifikus vizsgálatánál is jól kirajzolódnak azok a turisztikai magatartásformák, amelyet a vendégek saját környezetükből magukkal hoznak.

Legjellemzőbb az amerikai vendégek kiemelkedően magas saját, vagy bérelt gépkocsi használata, illetve a nyugat-európaiak taxizása. Tekintettel a fenti arányokra, az elkövetkezendőben a *Kaspar* által megfogalmazott feltételrendszer egy-egy elemét járjuk körbe, kiegészítve az interjúk során szerzett ismeretekkel és személyes tapasztalatokkal.

Az úthálózat

Budapest közúti megközelíthetősége az ország centralizált közlekedési rendszerét tekintve külföldről és belföldről egyaránt kedvező, azonban az autópályákhoz, illetve az autópályákhoz csatlakozó budapesti főútvonalak már nehezen tudják elvezetni a turistaszegzon egyre nagyobb forgalmát. Budapest növekedését és fejlődését nem követte párhuzamos ütemben az átlós és elkerülő közlekedési úthálózat fejlesztése, így megfelelő közlekedési kapcsolatok hiányában, a külső városrészekben nem alakultak ki intézményi, vagy idegenforgalmi területek, így a városközpont idegenforgalmi terhelése aránytalanul magas. Napjainkra ez már az elviselhetőség határára jutott.

A századfordulón a – Fővárosi Közmunkák Tanácsa által – tervszerűen kialakított úthálózat nem vehette figyelembe a mai forgalmi körülményeket. Ma is a belső kerületeken keresztül áramlik a város távolabbi fekvésű területei közötti átmenő forgalom jelentős hányada. A monofunkciós lakótelep építések, az agglomerációs övezet és a főváros között kialakult egyoldalú kapcsolatok tovább fokozták a belváros közlekedési terhelését, ami odáig vezetett, hogy a 80-as évekre Budapest városrészei közötti személygépjármű-forgalom több mint fele – az igazgatási, kereskedelmi, és pénzügyi funkciók nagyfokú koncentráltága miatt – a Nagykörút határolta városrészbe irányult. Mára a budapesti közlekedés minőségét a főváros területének öt százalékát jelentő belső (Duna és a Nagykörút határolta) térség közlekedésének minősége és elérhetőségének színvonala határozza meg. Erre a hét kilométeres Duna szakaszra koncentrálódik Budapest hét közúti hídja közül öt.

Az elmúlt 15 évben a főváros lakosságának személygépkocsi ellátottsága duplájára nőtt, a gépkocsipark típusösszetétele jelentősen javult, azonban a járművek átlagos életkora továbbra is kedvezőtlen, kilenc év felett van. A megnövekedett járműpark for-

galma tovább szűkítette a rendelkezésre álló útfelületet, amely nemcsak a tömegközlekedésben, hanem a gyalogosforgalomban is fennakadásokat eredményez.

Hiányzik a gyorsforgalmi úthálózat, a különböző rendű utak gyakran funkciójukkal ellentétes forgalmat kénytelenek lebonyolítani. Budapest fekvésénél fogva Európa észak-déli és kelet-nyugati tranzitforgalmának egyik találkozási pontja. A közelmúltban átadott M0-ás körgyűrű-szakasz és a Lágymányosi híd némileg csökkentette ugyan az átmenő forgalomból fakadó belvárosi fennakadásokat, de teljes kiépítettsége hiányában egyelőre nem tölti be a neki szánt feladatokat. A Belvárosból a külső munkahelyi övre áthelyeződött teherforgalmat azonban a Hungária körút népligeti szakasza még nem képes dinamikusán áteresztetni az M3-as autópálya felé.

A főváros úthálózatának kezelési kérdéseit az 1991. évi önkormányzati törvény sem segítette elő [79]. E szerint a Fővárosi Önkormányzat kezeli a tulajdonába adott – a főváros közigazgatási területén lévő – országos közutakat, a hidakat, az alul- és felüljárókat, továbbá gondoskodik a kerületi önkormányzatok tulajdonában lévő tömegközlekedési utak üzemeltetéséről. A 4243,4 km hosszúságú budapesti közúthálózat 76,6 százalékát a kerületi önkormányzatok kezelik, azonban a gazdálkodási problémákkal küzdő kerületeknek sokszor nehézséget okoz – különösen a téli időszakban keletkező – úthibák kijavítása. A külföldi turisták nyugati színvonalú közúthálózathoz szokott gépkocsijai áldozatul válhatnak a táblával nem jelzett útszakaszok kátyúinak, amely kellemetlenség hátráltatja a vendégek Budapestre történő visszatérését.

A parkolás

Budapesten az országos szintű igazgatási, kereskedelmi, kulturális és idegenforgalmi intézmények, illetve létesítmények a belső kerületek szűk térségébe koncentrálnak, ahol – mélygarázsok hiányában – a keskeny utcahálózat nem képes megfelelő parkolóhelyet biztosítani az alkalmazottak, a helyi lakosság és a turisták számára. Napjainkra az első számú megoldandó problémák közé tartozik a parkolás kérdése a főváros közlekedésében és idegenforgalmában egyaránt.

Budapest vezetése csupán a '90-es évek elején ismerte fel a parkolás gazdálkodás szükségességét és jelentőségét, a közgondolkodásban azonban továbbra is erőteljesen él az a téves szemlélet, hogy a gépkocsi vásárlással szerzett tulajdonjoghoz automatikusan kapcsolódik a tárolásához szükséges közterület ingyenes igénybevételének joga a közúton, vagy a gyalogos járdán. A szokásjoghhoz való merev ragaszkodás ma még gyakran eredményez rendkívüli felháborodást, amelyért a város vezetése is felelős, hisz nem fordítottak idejében kellő hangsúlyt arra, hogy a mozgó forgalom infrastruktúrájának fejlesztésével arányosan fejlődjék az álló forgalom elhelyezését célzó infrastruktúra is.

A parkolás-szabályozás célja kettős. Egyrészt kezelhetővé teszi az adott térség lokális gépjármű elhelyezési igényeit, szabályozási, ellenőrzési helyzetet teremtve a kereslet-kínálat figyelembevételével. Másrészt eszközként szolgál a közlekedési rendszer egészének befolyásolására annak érdekében, hogy a különböző funkciójú és adottságú övezetekben érvényesüljön a környezethez legjobban illő közlekedési mód elsőbbsége, amivel javul a közlekedés és környezet közötti összhang.

1996 tavaszán a Belvárosban kísérleti jelleggel megkezdett parkolás szabályozási folyamat véglegesen csak a város egészére kiterjedő parkolási rendszer megvalósításával, a parkolási igények egy részének városközponttól történő távoltartásával oldható meg.

Figyelembe véve, hogy Budapest turizmusa is jelentősen hozzájárul a belső kerületek

parkolási nehézségeihez – mivel a kereskedelmi szálláshelyigényes vendégek negyede gépkocsival közlekedik a városban – az idegenforgalmi szervezetek feladata, hogy akár már az országba történő belépéskor arra ösztönözze a vendégeket, hogy:

- ◆ a napi utazások minél nagyobb mértékben tömegközlekedési eszközök igénybevételével kezdődjenek meg,

- ◆ a személygépkocsival kezdődő utazások kombinált utazássá alakuljanak, azaz tömegközlekedési eszközökkel fejeződjenek be (Park and Ride zónák).

A parkolás-gazdálkodás megvalósításának nem kedvez, hogy egyelőre nincsenek meg azok a tárgyi feltételek, amelyek segítségével a jogszabályi lehetőségek végrehajtása méltányolható lenne. Ezek közé soroljuk a metróvonalak bővítését, a P+R kínálat szélesítését, továbbá elérhető árszínvonalú, közhasználatú belvárosi parkolóházak létesítését (egy 1994-ben készült átfogó forgalomfelvétel szerint a metróval rendelkező körzetekből 45 százalékkal kevesebben indulnak gépkocsival, mint ahol nincs közvetlen metró elérhetőség).

A külföldi gépkocsik mellett – elsősorban főszezonban – turistabuszok jelenléte is terheli a főváros közúthálózatát. A belső kerületek utcahálózata geometriailag alkalmatlan a nagy befogadóképességű autóbuszok közlekedésére, ezért a szálláshelyek megközelítése is egyre nagyobb problémát jelent. Az itteni szállodák egyike sem rendelkezik elegendő területtel a buszos turizmus fogadására. Néhány esetben a városi közlekedés műtárgyai akadályozzák a turistabuszok közlekedését (Pl.: a Ferenciek tere alatt található alacsony belmagasságú, 3,4 méteres, közúti aluljárót a korszerű emeletes és az emelt padlózatú autóbuszok sem vehetik igénybe). A vonzásadottságok térségében sem megoldott a buszparkolás. Tartós várakozásra is alkalmas autóbusz parkolóhelyek korlátozott számban a Bazilikánál, a Március 15-e téren, a Belgrád rakparton a Nemzetközi Hajóállomásnál találhatóak, a Várba a Hunyadi János úton, míg a Gellért-hegyre érkezők a Citadella környékén várakozhatnak, amíg a feltételek nem szigorodnak. A Dózsa György út (volt felvonulási tér) továbbra is korlátlan lehetőségeket kínál a turistabuszok díjmentes parkolása számára. A várakozás mellett komoly gondot okoz a városba érkező turistabuszok szennyvízének ürítése is.

A tömegközlekedés

Az emberiség évtizedek óta keresi, hogyan lehet egyre gyorsabban és egyre messzebbre eljutni. A jövőt azonban az jelenti, ha megtaláljuk azt a módot, amely a környezetet lehető legkevésbé pusztító úton, a lehető legkevesebb energia felhasználásával juttatja el az embereket a célterületekre [111]. E téren a városi területfejlesztés egyik kiemelkedő feladata, hogy Budapest is szakítson az „autófüggőség” hagyományaival. A város különböző területei közötti forgalom ésszerűsítése csak abban az esetben oldható meg, ha a tömegközlekedés életképes vetélytársává válik az autóközlekedésnek. A városrendezés eszközeivel, az arra épülő forgalomszabályozással ösztönözni kell a tömegközlekedés kedvezményezett helyzetét az egyéni gépjárművel szemben. Ezzel egy időben megfelelő parkolási rendszer kialakításával kell biztosítani az egyéni és tömegközlekedés harmonikus kapcsolatát [73]. A szakemberek véleménye szerint Budapest tömegközlekedésének hálózati sűrűsége – a lakott területek 95 százalékán 500 méteren belül található tömegközlekedési megállóhely –, teljesítményének az egyéni közlekedéshez viszo-

10. táblázat A tömegközlekedés megítélése Budapest külföldi vendégei szerint (százalék)

	1	2	3	4	5
Németország	15,8	39	25,6	12,2	7,4
Nyugat-Európa	41,4	27,6	10,3	8,1	12,6
Amerika	47	25,7	13,6	7,6	6,1

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

(1=kiváló, 5=nagyon rossz)

nyított aránya ma még kielégítő. A pályák és a járműpark leromlott állapota azonban a szolgáltatási színvonal csökkenését, s ezzel a város közlekedésében valófokozatos csökkenését okozhatja.

Felmérésünk során Budapest külföldi vendégeit arról kérdeztük, hogyan értékelik a főváros tömegközlekedésének helyzetét (10. táblázat). A vendégek közel kétharmada elégedett a Budapesti Közlekedési Részvénytársaság (BKV) szolgáltatásával, ami kedvezőnek mondható. Nem szabad figyelmen kívül hagynunk azt a tényt sem, hogy a német vendégek – akik a turisták közül legnagyobb számban érkeznek Budapestre – közel a fele tömegközlekedéssel utazik a városban, az amerikai, illetve nyugat-európai vendégeknél kedvezőtlenebbül ítéli meg a tömegközlekedést. Nem vitás, a BKV-nak folytatnia kell azt a műszaki fejlesztő munkát, amelyet a városi tömegközlekedést igénybe vevő budapesti polgárok is észlelhetnek.

A részvénytársaság Közlekedési és Menetdíjbevételei Főosztályvezetőivel készített interjúnk során kiderült, a BKV tudatában van annak, hogy meghatározó szegmense Budapest turizmusának, és felkészült a külföldi vendégek kiszolgálására is.

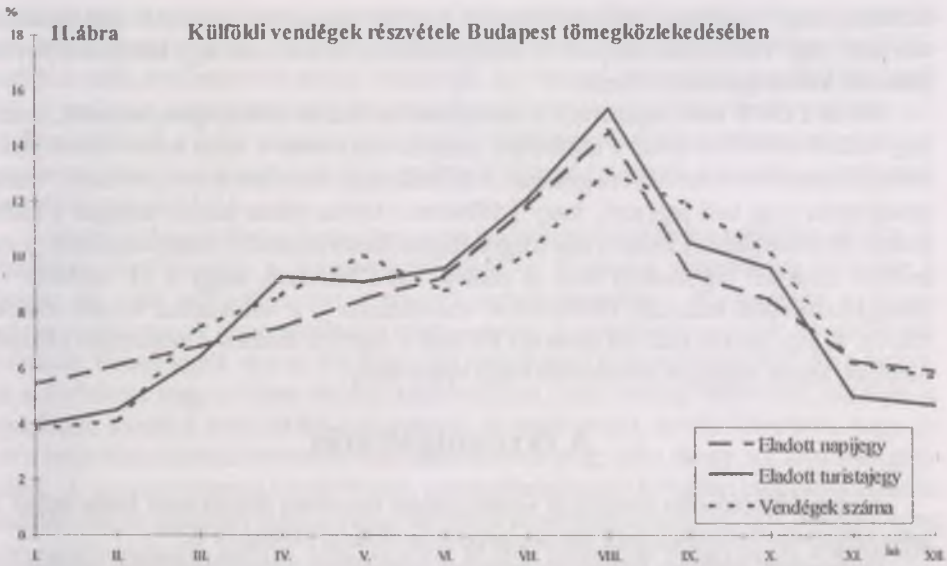
Annak ellenére – ahogy a megkérdezettek fogalmaztak – „a régi időkől” megszokott kirakatpolitikát nem kívánnak alkalmazni, bizonyos szempontból mégis figyelembe veszik a turizmus, által érintett területeken a külföldi vendégek tömeges megjelenését, és ezt a szolgáltatás minőségében is megjelenítik. A főváros vonzásadottságainak többsége forgalomcsillapított, és speciális környezetbe ágyazódik. E helyeket minden esetben kényelmesen és gyorsan megközelíthetjük a metróval, zártpályás villamossal, vagy kijelölt buszsáv igénybevételével. E részeken – tekintettel arra, hogy az elmúlt években az út-, közmű-, és vágányfelújítások döntően a turistaszezonra estek – a forgalmi változásokról a megállóhelyi tájékoztatókban és a szórólapokon idegen nyelven is értesítették az utasokat.

A közlekedési információk idegen nyelven történő közzétételét alapvető fontosságúnak tartják a BKV munkatársai. Az utazási feltételek, a jegy és bérletfajták, a díjszabás, továbbá a fontos figyelmeztetések – ha nem is mindig a legmegfelelőbb helyeken – olvashatók angol és német nyelven, a legkorszerűbb jegyárusító automaták kezelési utasításait már az olasz vendégek számára is érthetővé tették. A menetrendi táblázatok és útvonaljelző ábrák összeállítása számos piktogram alkalmazásával úgy készül, hogy azok nyelvtudás nélkül is informatívak legyenek. Figyelemmel a külföldi vendégek színvonalasabb kiszolgálására a BKV vezetői az idegenforgalmilag frekvenciált helyekre utas-tájékoztató centrumok, számítógépes térinformatikai rendszerek beállítását tervezik. A

11. táblázat Eladott napi-és turistajegyek száma Budapesten (db)

	1990	1992	1994	1996	1998
Napi jegyek	501325	340908	296625	229578	183880
Turistajegy	-	-	116819	120870	84530
Napi-és turistajegy összesen	501325	340908	413444	350448	268410

Forrás: BKV



számos eredmény ellenére a szóbeli informálódás ma még gyermekcipőben jár, az idegen nyelv ismerete egyedül a Vár buszokon és a Budavári Siklón jelent előnyt a munkatársak kiválasztásánál, sem a nagyobb jegypénztárakban, sem az idegenforgalmilag népszerű Libegőn, esetleg a Fogaskerekűn nem alkalmaznak pozitív diszkriminációt a nyelvet beszélőkkel szemben.

A főváros turisztikai térségeiben a járműpark összeállításánál az esztétikai és a környezeti szempontokat veszik elsősorban figyelembe, így a Belvárost és a Budai Várat érintő viszonylatokon fokozatosan térnek át a megjelenésében modernebb, az üzemanyag-hasznosításban korszerűbb IKARUS-400-as, illetve 412 járművekre.

Mivel az idegenforgalom magas színvonalú kiszolgálása ma már a Részvénytársaság eredményes gazdálkodását is befolyásolja, ezért elsősorban a benne résztvevők számára fejlesztették ki - az egész napos utazásokat, illetve a nyugat-európai nagyvárosok tarifáit figyelembe véve - kedvező árfekvésűnek nevezhető napijegyet (1988-ban) és a három napra szóló turistajegyet (1993-ban). Akár a napijegyek, akár a turistajegyek 1995. évi eladásának havi bontását vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy azok eladásának nagyságrendje szoros összefüggésben van a fővárosba érkező külföldi vendégek számával (11. ábra). Ebből következően az eladott napijegyek és a turistajegyek számából következtetni lehet a városi tömegközlekedés külföldi használóinak mértékére.

Ha az előbbi feltételezésből kiindulva az eladott napi és turistajegyek számát (11. táblázat) összehasonlítjuk a kereskedelmi szálláshelyeken bejelentkezett külföldi vendégek számával (12. táblázat) megállapíthatjuk, hogy amíg 1990-ben Budapest regisztrált külföldi vendégeinek 32,7 százaléka vette igénybe a tömegközlekedést, addig 1998-ban ez az arány 18,6 százalékra csökkent. Ha a számításunkat úgy korrigáljuk, hogy csak az eladott turistajegyeket vesszük figyelembe - mivel napijegyet nagyobb valószínűséggel vásárolnak belöldi vendégek - akkor is kedvezőtlen tendencia tárul elénk. Arra a 12. táblázat

Kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégforgalma (fő)

	1990	1992	1994	1996	1998
Vendégek száma	1533815	1254351	1349670	1487409	1445109

Forrás: KSH

kérdésre, hogy valóban a tömegközlekedés külföldi használói számának csökkenéséről van szó, vagy valami más tényező is befolyásolhatja az adatokat, egy körültekintő vizsgálatnak kell megadnia a választ.

Mivel a BKV nem regisztrálja a szolgáltatását fizetés nélkül igénybevevők, azaz a jegy nélkül utazókon belül a külföldiek arányát ezért ezen a téren nehéz tetten érni a tömegközlekedést használók nagyságát. A nélkül, hogy belemennénk a „bliccelés” pszichológiájába meg kell jegyezni, hogy külföldön a turista ritkán szereti áthágni a szabályokat, hisz kockázatos lenne a tőle idegen jogrendben eligazodni, magyarázkodni, a már említett kedvező jegyárakról nem is szólva, ezért feltehető, hogy a 11. táblázat – a tömegközlekedést használó külföldiekre vonatkozóan – a valósághoz közeli adatokat tükröz. A jegy nélkül való utazáson ért külföldi a legtöbb esetben a helyszínen kifizeti a bírságot, annak utólagos behajtására nincs reális esély.

A taxiszolgáltatás

A városi közlekedés turisztikai vonatkozásait bemutató fejezet nem lenne teljes, ha nem szólnánk röviden az évek óta napirenden levő taxis kérdésről is.

Budapesten 7800-an folytatnak hatósági engedéllyel személyszállítási tevékenységet, amely szolgáltatás kínálati piaca meghaladja az iránta való keresletet. Az egykori Főtaxi drosztjain 700–800 férőhely áll a szolgáltatást végző gépkocsik rendelkezésére, ami 2500 taxi kiszolgálását teszi lehetővé. A helyi társadalom számára már-már megfizethetetlen viteldíjak miatt a szolgáltatást többnyire az ide látogató külföldiek veszik igénybe [164]. Budapestén a legnagyobb bevételre azok a vállalkozók számíthatnak, akik a Ferihegyi repülőtér és a szállodák között szállítják a vendégeket. Mindezek eredménye, hogy valóságos harc alakult ki az utasok megszerzéséért, a hivatalos és a nem hivatalos drosztok használatáért. Egyre terjed a viteldíjjal kapcsolatos tisztességtelen magatartás, a fogyasztó megkárosítása is. 1995-ben a hatóságok 106 ellenőrzésből 102 esetben kezdeményeztek szabálysértési eljárást. 1998. szeptember 1-jétől a taxiszolgáltatás során alkalmazott árakat maximálták.

A taxiszolgáltatás szervezett keretek közötti működtetésének kívánalma azért is elengedhetetlen volt, mert a repülőgéppel, vagy vonattal Budapestre érkező külföldi vendégek többségének első idegenforgalmi szolgáltatását a taxik igénybevétele jelenti. Ez esetben a taxisofőr az első kapocs a turista és a város között, a külföldi vendég szemében ő testesíti meg a fogadó társadalmat, az első és köztudottan meghatározó benyomásait a taxis magatartása, szolgáltatásának színvonala révén szerzi a vendég. A turista a taxiban részese lesz a város közúti forgalmának, konfliktus nélkül szerezhet tapasztalatokat egy hivatásos sofőr által.

Környezeti hatások

A világ számos pontján leginkább az idegenforgalomból – közvetve, vagy közvetlenül – fakadó terhelés fenyegeti a környezet épségét, ezért a turizmus dinamikus fejlődésével párhuzamosan egyre nagyobb hangsúlyt kap annak környezetre gyakorolt hatása [117]. A Földünk környezeti állapotával foglalkozó 1992-es Riói Konferencia a turizmus kapcsán is a fenntartható fejlődés szükségességére hívta fel a figyelmet. Kiemelve, hogy a turizmus erőforrásainak az érintett kultúra sérelme nélküli felhasználása csak a lényeges ökológiai folyamatok, a biológiai változatosság és az életfenntartó-rendszerek

megőrzésével folytatódhat. A turizmus egy határértéken túl olyan mértékben fogyasztja a rendelkezésre álló, meg nem újuló erőforrásokat, hogy a célterület elkerülhetetlenül túlszűfoltta válik, és elvesztheti addigi vonzerejét. Így sikeres értékesítése is veszélybe kerül [23]. A turizmus környezeti hatásai a nagyvárosokban fokozottabban érvényesülnek, mivel összeadódnak a helyi lakosság környezeti terhelésével. A fenntartható turizmus-fejlesztés megfogalmazói a környezetre gyakorolt várható hatásának elemzésére fordítanak kiemelt figyelmet [121].

A városi térben zajló turizmus környezeti hatásai, elsősorban a közlekedés okozta ártalmakkal veszélyeztetik a vonzasadottságokat is. Budapest vonzerőinek többsége a főváros egy szűk térségében van, amelynek nappali forgalma – az igazgatási és kereskedelmi intézmények koncentrátsága miatt – amúgy is meghaladja a kritikus terhelés határértékét. Ennek egyik oka az önkorlátozást nem ismerő gépkocsihasználat. Az a turista, aki a Belvárost vagy a Várat óhajtja gépkocsijával, vagy taxival felkeresni, önmaga is igazolhatja annak a nemzetközi felmérésnek az eredményét, amely kimutatta, hogy az autós helyváltoztatással kevesebb időt takaríthatunk meg, mint ahogy azt általában gondoljuk. A modern életmód szimbólumát, a mozgásszabadság korlátlan megvalósulásának diadalát jelentő gépkocsi mára a városi turizmus mostohagyermekévé vált. A város és az autó együttélésének „európai utas” formája az autó támadását jelenti az ősi múlttal rendelkező városközpontok ellen. Ott a személygépkocsi áradat szembe találja magát a történelmi város szűk utcáival, apró tereivel, a nagy gyalogosforgalommal, továbbá a városi funkciók döntő hányadának a városmagban való koncentrálásával. Ezzel konfliktus jön létre a gyalogosforgalomra méretezett városmag és a térigényes, környezetpusztító autó között [173]. E probléma idegenforgalmi vonatkozású tényezőit elsősorban a levegőszennyezés, a zajártalom, a műemléki környezet károsodása és a túlzott térhasználat jelenti [85]. A gépkocsik kipufogógáza pusztítja a tereket borító növényzetet. A főútvonalak mentén egész fasorok tűnhetnek el, ami nemcsak a gyakoribb szmog képződést segíti, hanem a városképhez tartozó zöld foltokat is megszünteti. Az autók, buszok okozta zajártalom élvezhetetlenné teszi a városi sétákat, akadályozza a fizikai, szellemi felfrissülést (Gondoljunk csak a Roosevelttől a Lánc-hídon és a Clark Ádám téren keresztül a Budavári Siklóig tartó rövid sétára!). A forgalomból eredő állandó vibráció és a motorok égéstermékéből származó savas leülepedés, sok esetben a védett műemléki épületek mállekony anyagát kezdi ki. A már mindenütt parkoló gépkocsik is hozzájárulnak ahhoz, hogy az utcákon, tereken alig találkozni az egykor igen fontos közösségi jellegű városi humán funkciókkal – mint a játék, a sport, a zene, a művészetek gyakorlása –, amelyek idegenforgalmi vonzerőt is jelentenek. A hangulatos mikrokörnyezeti elemek, a bensőséget, az intimitást sugárzó városrészletek fokozatos visszaszorulásával nyoma vész a könnyed derűnek, az utcán sétáló turista apró részleteket fölfedező kellemes izgalmainak, a sokarcú városi élet élményözönének. Nem utolsósorban egyre kedvezőtlenebbek a feltételek az utcai vendéglátáshoz is. A főútvonalakon megszűntek a teraszok, ahol a vendég kényelmes szemlélődés mellett fogyaszthat.

Arról, hogy mi jelentene megoldást a turisták jelenléte által is terhelt belső városrészekben, megoszlanak a vélemények. Eltekintve a zöld mozgalmak közismerten radikális elképzeléseitől és a kérdéssel foglalkozó mérnökök változatlan ütemű gépkocsiállomány-növekedésre alapozott technikai jellegű újításaitól [120] megállapíthatjuk, hogy a forgalomcsillapított területek kiterjesztése és a tömegközlekedés térnyerése látszik tartós megoldásnak.

A város környezeti állapotáért felelős döntéshozók számára is nyilvánvaló, hogy a

gépjárműforgalom teljes kizárása a Belvárosból, vagy a Vár térségéből nem valósítható meg elérhető és megfizethető parkolóházak, illetve mélygarázsok hiányában. A forgalom elviselhetőségét tekintve átmeneti megoldást hozhat a sebességkorlátozó táblák és az úgynevezett fekvő rendőrök kihelyezése. A rövid időtartamú parkolás magasabb díjért, és az egyedi behajtási engedélyhez kötött területhasználat bevezetése (kizárólag szigorú rendőri ellenőrzés és a kérelmek kijárhatóságának kivédése mellett), hosszabb távon nem hoz megfelelő eredményt. Mint azt a Váci utca déli meghosszabbításának példája is mutatja, a sétáló- és bevásárló utcák kialakítása tűnik eredményes és járható útnak.

A mainál fejlettebb tömegközlekedési rendszer is hozzájárulhatna a számos konfliktushelyzet elkerüléséhez. Ezzel azt is elérnénk, hogy nem csorbulna a közérdek, sőt erősödne. Budapest tömegközlekedési hálózata Béccsel összehasonlítva [174] túlcentralizált. A városi forgalmon túl viselnie kell a két országrész vasúti tranzitforgalmának terheit, valamint az agglomeráció ingázóinak jelentős hányadát is. A Deák tér centrikus metróhálózat a turizmus szempontjából előnyös, mivel elősegíti a külföldi vendégek tájékozódását a városi térben.

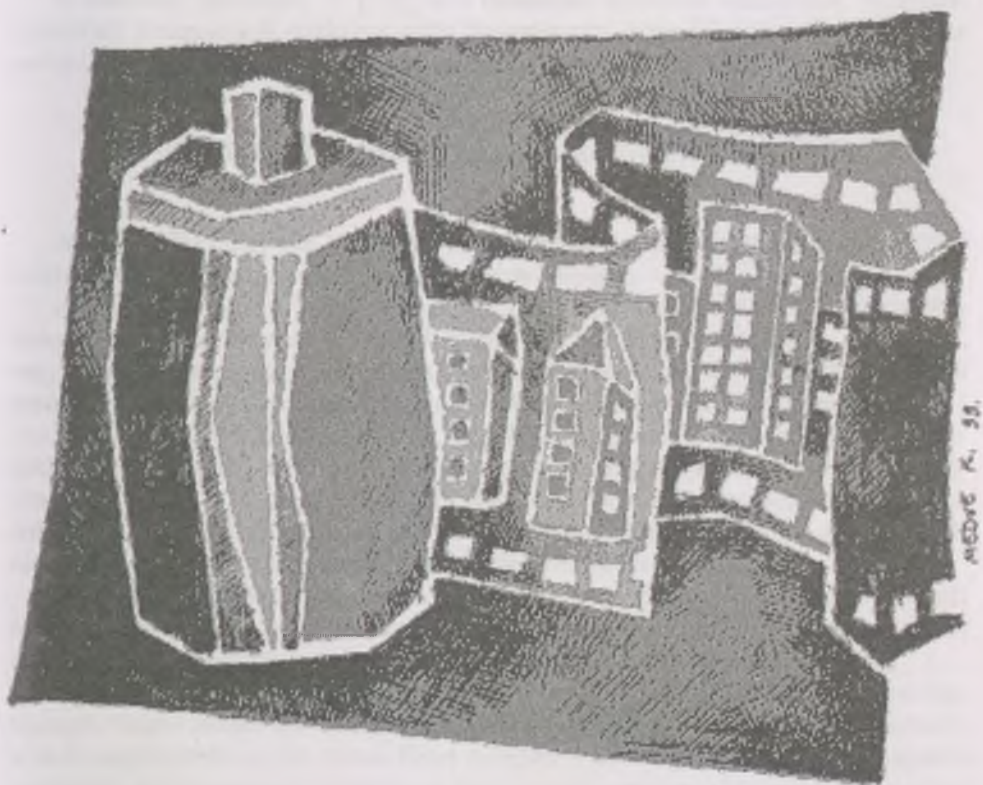
A belső városrészek forgalmi telítettsége kritikus szintű környezetszennyezést okoz. Ennek csökkentése egyrészt a belső forgalmi terhelés külső területek irányába való szétvezetésével, másrészt a környezetkímélő üzemű közlekedési eszközök arányának növelésével oldható meg [107]. Az autóbusz közlekedés előnye abban áll, hogy egy utas kilométerenkénti szállításához tízenhatszor kevesebb üzemanyagot használ fel mint a személyautó. A BKV autóbuszainak többsége azonban 30 éves konstrukciójú RABA-MAN motorokkal üzemel, amelyek kipufogógáz károsanyag-tartalma sok esetben meghaladja az érvényes rendeletekben meghatározott határértéket.

Az elsősorban idegenforgalmilag frekvenciát városrészekben beállított Volkswagen motorral üzemelő Várbuszokat, és a DAF motorral szerelt környezetbarát „zöld buszokat” kedvezően fogadta az utazóközönség. Az egész tömegközlekedési hálózaton való rendszeresítésük költségeit a részvénytársaság nem tudja vállalni, ezért a RÁBA gyár kedvező árfekvésű, korszerű fejlesztésű, az EURO I norma emissziós határértékeit teljesítő motorja kerül beépítésre az új IKARUS karosszériába.

A kedvezőtlen tényezők együttes hatása következtében Budapesten napjainkra „környezeti szükségállapot” alakult ki, a közlekedési viszonyok egyre nagyobb mértékben felelősek a városi életkörülmények, a turizmus feltételeinek romlásáért.

A várospolitikának az a fő feladata, hogy sikeres legyen a városversenyben [40]. Budapest a külföldi tőke, a gazdasági befolyás, a technológiai innovációk befogadásában és elterjesztésében hídfőszerepet tölthet be Kelet- és Délkelet-Európa számára, amely kedvez az informatika, a bankszféra, a tömegkommunikáció és a turizmus térhódításának. Ez azonban – a versenyképesség megtartásához – kizárólag a közlekedés feltételeinek magas fokú megteremtésével valósulhat meg.

A városi turizmus társadalmi hatásai



Városi környezetben sokkal inkább érvényesülnek a lokális társadalom és a turisták konfliktusai [130] az idegenforgalom helyi hatásai miatt, mint egy üdülőövezetben, amely eredetileg is a turizmus kiszolgálására szerveződött, így az állandó lakossága felkészültebb a negatív tényezők elkerülésére, elviselésére. A nagyvárosi idegenforgalom gyakran a már meglevő életformákra épül, így egy-egy társadalmi mozgásfolyamatot vagy megerősít, vagy maga is létrehozza azokat.

A turizmust *Mirabella, T.* [122] is a társadalmi közeledés eszközének tekintette. Gyakorlati hasznosságát értékelve pedig hangsúlyozta, hogy jelentős szerepe lehet az európai integrációs folyamat felgyorsításában.

A városi turizmus társadalmi környezete

Az UNESCO [180] már 1976-ban megfogalmazta a városi turizmusban érvényesülő vendég–vendéglátó kapcsolatok ismérveit. Ezek lehetnek:

Átmeneti jellegűek: A legtöbb turista csak rövid időre keresi fel a városokat, így a tartózkodása során a környezettel kialakított kapcsolata felületes, mesterséges. A hotelben, vagy panzióban, meghatározott normák szerint fogadják őket az alkalmazottak – akik sok esetben nem is helybeliek –, ezért ritkán képesek a lokális értékek közvetítésére.

Időben és térben korlátozottak: A helyi lakosság szezonálisan találkozik a vendégekkel, de többségük – a szállások és látványosságok turistakörzetben való földrajzi koncentrációja miatt – el is különül a látogatóktól, velük nem, vagy alig érintkezik. Ezt erősíti meg *Smith, V.* [155] is, aki szerint a városi turistának kevésbé kell alkalmazkodnia a helyi környezethez, mivel őket mesterségesen elkülönítik a helyi közös-ségtől.

Érvényesül a spontaneitás hiánya: A városba látogató turisták többsége szervezett úton vesz részt, amely szerződésen alapuló formális kapcsolatokat feltételez a vendég és a szolgáltatást nyújtó között, így korlátozódik a spontán kölcsönhatás lehetősége.

Egyenlőtlen: A turistáknak egy városi célállomáson tartózkodás élménye a nevezetességek megtekintésén túl, a hely szokatlan atmoszférájának és saját korábbi elképzeléseinek megéléséből tevődik össze. Ezzel szemben a turizmusban dolgozóknak ugyanez rutinszerű, mindennapos és szabályozott élményt nyújt, amelynek közvetítésénél gyakran hiányzik – a sikeres értékesítéshez elengedhetetlen – az empátia. Gyakran különbség van a látogatók vagyoni helyzete és költési szokásai, illetve a turisták által igénybevett szolgáltatásokat nyújtó alkalmazottak alacsony díjazása között. Az ilyen egyenlőtlen viszonyok az élmény közvetítése során negatív tapasztalathoz vezethetnek.

Pearce, D. [134] sajátos társadalmi és kulturális hatásokat jelenít meg, amelyek a városi környezetben zajló turizmus eredményeként érik a vendéglátó lakosságot:

▣ *Migráció:* A turizmushoz kapcsolódó szolgáltatóiparban való foglalkoztatottság növekvő aránya és a többi szektorhoz képest elérhető kedvezőbb jövedelem miatt (gyakran szezonális jelleggel) ide áramlanak a munkavállalók (sokszor külföldről is!).

▣ *Foglalkoztatási szerkezet:* A magasabb képzettséghez és nyelvismerethez kötött állandó beosztások párosulnak az alacsonyan fizetett, képzetlen munkaerő szezonális igénybevételével.

▣ *Változó értékrend:* A turizmusban dolgozó, állandó jelleggel nem városiak között a konzervatívabb vidéki szokásokkal szemben az idegenforgalmi szektor dinamikája következtében a modern városi életstílus dominál. Ezt – visszatérve eredeti mikroökoszisztémákba – akaratlanul is közvetítik. Az új értékrend így beépül – követendő példaként – a konzervatív környezetbe, óhatatlanul konfliktusokat gerjesztve. A fiatal idénymunkásoknak pozitív vonzerőt jelent a városias környezet, az ottani lét lehetősége, ezzel ösztönzést kapnak a szakképzettség és a nyelvismeret megszerzésére is.

▣ *Morális változások:* A turizmus városi környezetben történő megjelenésével nagyobb teret nyer a prostitúció, melynek természete is megváltozik. Fokozódik a bűnözés, és hódít a szerencsejáték is. Az egyház is igyekszik kiaknázni a turizmust, legtöbbször a nagyobb érdeklődésre számot tartó szent helyek bizonyos részét elkerlíti és annak megtekintését belépőjegy vásárlásához köti.

▣ *Az anyanyelv korlátozása:* A turisták eligazodását segítő tájékoztatók elterjedése (reklám és eligazító feliratok) révén az anyanyelv használata korlátozódhat. A városi környezetben a vendégekkel való közvetlen kontaktus is megköveteli a nemzetközi nyelv használatát.

▣ *A kultúra átformálása:* A kultúra, a városiasság szimbóluma a tömegturizmus igényeinek kiszolgálása során egyfajta torzuláson megy keresztül, amikor a városok a helyi tárgyi és szellemi örökségüket áruvá formálják át. (Lásd: szuvenírek, gadgetek, műanyag Diadalív, Lánchidas kulcstartó stb.)

▣ *Változó fogyasztási szokások:* A városi turizmus térnyerése során a helyi gasztro-nómiai értékek visszaszorulhatnak, és a tömegturizmus nyomására előtérbe kerülhetnek a különféle nemzetközi konyhák, amelyek idővel beépülnek a helyi lakosság fogyasztási normáiba is.

Budapest vendégeinek csoportspecifikus elemzése

Arról, hogy az országhatárt átlépő külföldi állampolgárok közül hányan látogatnak el Budapestre, csak becslések léteznek [20], lehetetlen a főváros határában – akár felállított számlálóbiztosokkal – precízen számba venni a vendégeket. Sokáig a kereskedelmi szálláshelyeken megszálló külföldiekről viszonylag pontos képet kaptunk a KSH kiadványaiból. Az utóbbi években azonban több szálloda vezetője – üzleti okokra hivatkozva – nem járult hozzá a vendégforgalmi adatok közléséhez. Gazdasági szaklapokban pedig arról lehet olvasni (HVG 1996), hogy a fővárosba érkező vendégeknek csupán tíz százaléka a „bejelentett” szállásigényes, így a vendégstatisztikák is ez alapján készülnek. *Pearce, P.* [135] arra hívja fel a figyelmet, hogy bármely térség idegenforgalmának alapos tanulmányozásához elsődleges a turisták szociálpszichológiájának, motivációjának

ismerete. Ha tudjuk, hogy Budapestet mely térség állampolgárai keresik fel előszeretettel, és ismerjük utazásaik célját, akkor az idegenforgalmi szolgáltatásokat is a valós piaci kereslethez tudjuk a későbbiekben igazítani.

1995-ben a német állampolgárok (20,6 százalék) önmagukban akkora arányt képviseltek a Budapesten regisztrált összes külföldi turista között, mint a többi nyugat-európai ország (21,1 százalék), vagy az amerikai kontinens vendégei (19 százalék) együttvéve. Ha a saját felmérésünket, amelyet – a nagyobb merítés érdekében – nem csak a kereskedelmi szálláshelyeken, hanem az egyik leglátogatottabb turistaközpontban is elvégeztünk, összehasonlítjuk a hivatalos statisztikával (KSH 1995), akkor megállapíthatjuk, hogy a német és a nyugat-európai vendégek esetében egy-két százalékos az eltérés, míg az Amerikából érkezettek esetében a saját felmérésünk 10 százalékkal több utast regisztrált, a kelet-európaiaknál pedig nyolc százalékkal kevesebbet. Anélkül, hogy ebből messzemenő következtetéseket vonnánk le, megállapíthatjuk, hogy a valós kép bemutatása attól függ, hogyan határozzuk meg a vendégkört, így a különböző metodikák következtében eltérő eredmények szülehetnek.

A turizmusban érintett döntéshozók és vállalkozók számára a gazdasági és a piaci előrejelzések elsősorban az utazási célok és ezek várható változásainak ismeretében fogalmazhatók meg [71], ezért a fejlesztő munka elősegítése érdekében felmérést készítettünk a fővárosba látogatók utazási céljainak feltárására (a felmérés részletes metodikáját a 6. fejezetben ismertetjük).

13. táblázat Budapest vendégeinek motivációs megoszlása (százalékban)

	Összes megkérdezett	Amerika	Németország	Nyugat-Európa
Üzleti	24	17,1	8,9	35,8
Konferencia	6,4	2,4	7,8	6,5
Sport-kultúra	8,4	1,2	3,3	14,1
Gyógyüdülés	3,2	0	6,6	4,3
Városnézés	47,4	70,7	56,7	25,2
Rokonlátogatás	6,1	4,9	7,8	8,7
Egyéb	4,5	3,7	8,9	5,4

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

A megkérdezett vendégek utazási motivációját vizsgálva (13. táblázat) jól kirajzolódik, hogy Budapest – egyedi látnivalóinak köszönhetően – elsősorban a város építészeti örökségére kíváncsi turistákat vonzza. Örömmel rögzítettük azt is, hogy a – a Kelet-Közép-Európa üzleti központja címre aspiráló – magyar főváros vendégeinek negyede üzleti céllal érkezik hozzánk. Sajnálatos, hogy az egykori európai híru fürdőváros termálvizei és az erre épülő szolgáltatások a turisták alig több mint három százalékát vonzzák.

Ha a legnagyobb három piac vendégeit csoportspecifikusan vizsgáljuk, már szembeötlő eltérések vannak a motivációjukat illetően. Erre a marketing tevékenység során feltétlen figyelmet kell fordítani. Az üzleti utak aránya kiemelkedően magas Nyugat-Európa vendégeinél, miközben a hagyományos városnézést ők kevésbé részesítik előnyben. Érdekes momentum, hogy a németek sokkal inkább a városnézésre szavaznak, annak ellenére, hogy a német tőke jelenléte meghatározó Magyarországon. Az utazásokat az ő esetükben alig kilenc százalékban motiválja az üzlet. Hasonlót tapasztaltunk az amerikaiak esetében, akiknél értelemszerűen a távolság adta információhiányból fakad, hogy az üzleti látogatás és a városnézés csaknem 90 százalékát adja az összes úti célnak.

14. táblázat Budapest vendégei a látogatás száma szerint (százalékban)

	Összes megkérdezett	Amerika	Németország	Nyugat-Európa
Első alkalommal	53,4	78	41,2	46,7
Második alkalommal	21,8	13,4	22,5	26,1
Harmadik alkalommal	7,1	4,9	6,3	10,7
Több mint háromszor	17,7	3,7	30	16,5

Forrás: Saját adatgyűjtés 1995.

Budapest földrajzi fekvésének, vonzasadottságainak és geopolitikai helyzetének köszönhetően, azon városok közé tartozik, amelyet a látogatók örömmel keresnek fel akár több alkalommal is. A 14. táblázat jól mutatja, hogy az összes megkérdezett közel fele nem először jár a fővárosban. Ez az arány a németországi, illetve nyugat-európai vendégek között még kedvezőbb. Az ő esetükben azt mondhatjuk, hogy a vendégek többsége már járt Budapesten, tehát egyedi tapasztalatokkal, sajátos helyismerettel rendelkezik, ami a város használatát tekintve más megközelítést fog jelenteni, mint az amerikai vendégek esetében, akik először járnak Budapesten.

Ha a vendégek életkorát vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy döntően középkorúak (31-59 év között 62,5 százalék), jóval kisebb a fiatalok (30 év alatt 21,2 százalék) és az idős korúak (60 év felett 16,3) aránya. Ha a városi turizmus már Britton, S. [25] által is hangsúlyozott piaci megközelítését vesszük alapul, akkor azt mondhatjuk, hogy a fiatalok alacsonyabb aránya nem okoz számottevő bevételkiesést, mivel ők érdeklődési körüknél fogva elsősorban városnézésre érkeznek (érvényesítik a nemzetközi diákkedvezményeket), anyagi helyzetükből eredően szerényebb turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe (költségüket a vendéglátóipari fogyasztás és a kommersz ajándéktárgyak vásárlása jellemzi), dinamizmusuk miatt rövidebb időre maradnak. Azonban egy leendő fürdővárosnak az a célja, hogy a gyógyfürdőket, az azokhoz csatlakozó költségesebb szolgáltatásokat igénybe vevő és a gyógykezelés miatt hosszabb ideig tartózkodó idős korúak fokozottabb bevonása érdekében végezzen az erre hivatott szervezet hatékony marketingmunkát.

Egy turistaközpont vendégeinek csoportspecifikus elemzése

A budai Várat a németországi és nyugat-európai vendégek mellett többségében az amerikai kontinens turistái keresték fel, érdekes momentum, hogy a közvetlen szomszédkból, Ausztriából a megkérdezettek alig három százaléka érkezett (15. táblázat).

Figyelemre méltó, hogy a Vár nemcsak a klasszikus városnézés céljából Budapestre látogatóknak jelent vonzerőt, hanem az utazási motiváció széles skáláján elhelyezkedő vendégek számára is (16. táblázat). Sajnálattal kell megállapítani, hogy a gyógyüdülési céllal érkezők igen kis százalékot képviselnek, az amúgy két gyógyfürdővel rendelkező I. kerület látogatói közül.

15. táblázat A budai Vár látogatói országok és világrészek szerint (százalékban)

Németország	Ausztria	Nyugat-Európa	Észak-Európa	Dél-Európa
27	2,8	21,9	6,5	2,3
Kelet-Európa	Amerika	Ázsia	Ázsia	Ausztrália
4,2	24,6	9,3	9,3	1,4

Forrás: Saját adatgyűjtés 1995.

16. táblázat A külföldi látogatók megoszlása az utazás célja szerint a budai Várban (százalékban)

Város-nézés	Üzleti út	Rokonlátogatás	Kulturális-sportrendezvény	Konferencia	Gyógyüdülés	Egyéb
58,1	11,2	7,9	7,4	4,2	1,9	9,3

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

A megkérdezettek többsége (62,3 százalék) először jár Budapesten, de azon válaszadók száma sem alacsony (17,7 százalék), akik több mint kétszer látogattak el hazánk fővárosába. A Vár tehát a visszatérő vendégek számára is kínál újdonságokat. A vendégek közel fele (48 százalék) a Várat tömegközlekedési eszközzel kereste fel. Meglepően sokan (29,8 százalék) ültek e cél elérése végett autóba, taxiba már jóval kevesebben (6,4 százalék), és nem szabad megfeledkeznünk a gyalogosokról (15,8 százalék) sem. Ezen adatok figyelembe vétele a fejlesztéskor sem lehet mellékes, mivel a terület közlekedési alapfunkcióját érinti, és rámutat, hogy mely elérési vonalak mentén érdemes beruházásokba kezdeni.

A reklámszakemberek sokszor hangsúlyozzák, hogy egy árut legkönnyebben a gyerekek és a nők figyelmét felkeltve lehet értékesíteni. Ezt szem előtt tartva vizsgáltuk meg a vendégek körében, hányan érkeznek gyermekkel, illetve a turisták hány százaléka nő. Az eredmény nem túlzottan kedvező, a Várba érkező gyermekes vendégek aránya alig éri el a 20 százalékot, és a nők is csak 34 százalékban képviseltetik magukat a külföldi látogatók között. Ennek az adatnak az ismeretére a reklámkampány tervezésekor lehet majd szükség. A fejlesztés során ennek tudatában átgondolható, hogy milyen speciális szolgáltatással kell a gyermek vendégeket várni.

A helyi társadalom és a turizmus kapcsolata egy turistaközpontban

A WTO 1989. évi Hágai Nyilatkozata¹ a turizmusnak egy, a korábbiaknál átfogóbb, definícióját adja, amely már a benne résztvevő személyek mozgásjelenségein, aktivitásán túl, figyelembe veszi a szükségleteik kielégítésére létrehozott szolgáltatások körét is. Nem szeretnénk itt a – gyakran öncélú – fogalmi vitákba belebonyolódni, azt azonban meg kell jegyezni, hogy a turizmus és az általa érintett település társadalmi, térszerkezeti problémája nem választható el egymástól [18].

Amíg a turizmus pénzügyi és foglalkoztatottsági következményeinek megállapításához szükséges gazdasági mutatók mérhetők, mennyiségileg meghatározhatók, addig a látogatókat és a fogadóközösséget érő társadalmi és kulturális hatásokat gyakran csak akkor ismerik fel, amikor a turizmus fejlesztése helyi ellenállásba ütközik [130].

Azt érzékelve, hogy a turizmus nem korlátozódik a gazdasági életre, hanem kiterjed a fogadóterület életmódjára is, az UNESCO bécsi központja 1986-ban nemzetközi kutatást indított a turizmus és a helyi lakosság viszonyainak feltérképezésére. A kutatásba hazánk a Belkereskedelmi Kutató Intézet révén kapcsolódott be, a felméréseket Sárváron végezték [49]. Elsősorban arra keresték a választ, milyen érzelmeket vált ki a turizmus a fogadóterületen, a lakosság véleménye szerint előnyös, vagy hátrányos a turizmus jelenléte a nyugat-dunántúli kisvárosban.

¹ Idegenforgalmi Közlemények 1984/4. száma

A Földrajztudományi Kutató Intézetben is folytak az adott település lakosságának véleményét is figyelembe vevő turisztikai vizsgálatok [14; 17; 108], ezek azonban a fogadónépesség funkcióval kapcsolatos magatartásából és a terület térszerkezetéből kiindulva próbáltak az értékelésen túl, fejlesztési javaslatokat is megfogalmazni.

A fentieket alapul véve Budapest külföldiek által leginkább látogatott városrészében, az I. kerületben reprezentatív lakossági felmérést végeztünk annak megállapítására, milyen benyomásai alakultak ki a helyi turizmust döntő többségében csak „szemlélő” lakosságnak az életterében zajló alapfunkcióról, mely területen hajtana végre fejlesztéseket, illetve mely szolgáltatásra vállalkozna személyesen a kerületben.

A turizmus várható előnyei és hátrányai

A felmérés során a megkérdezetteknek előre megadott állítások közül kellett kiválasztani, megítélése szerint városrészének mennyiben és miért válik előnyére, illetve hátrányára a turizmus jelenléte. Feltételeztük, hogy a lakóhelye iránt felelősen gondolkodó

17. táblázat Az I. kerületi lakosság véleménye a turizmus különböző hatásairól (%)

	Összesen	A Budai Várban	A Váron kívül
Előnyös, mert bevételt eredményez	31,7	30	33,1
Előnyös, mert jelentős építkezések, beruházások folynak	9,2	7,1	11,2
Előnyös, mert munkát kínál a lakosságnak	16,5	11,6	21,4
Előnyös, mert bővül a kulturális kínálat	15,3	17,1	13,6
Hátrányos, mert fokozza a környezetszennyezést	17,4	21	13,9
Hátrányos, mert minden zöldterületet beépítenek	9,9	13,2	6,8

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

budai polgár körütekintő véleményét tud alkotni egy a környezetében zajló gazdasági és társadalmi jelenségről, annak város(rész) és életvitel formáló hatásairól (17. táblázat).

A megkérdezettek közel háromnegyede úgy ítéli meg, hogy a turizmus kedvező hatással van városrészére, azonban negyede kedvezőtlennek ítéli meg a külföldi vendégek jelenlétéből fakadó hatásokat. Ha területi bontásban szemléljük az adatokat, akkor észrevehetjük, hogy feltűnő különbség van a Várban élő, így a turistákkal közvetlen kapcsolatban levő lakosság és a kerület többi részében élők véleménye között. Előbbi válaszadók közül 34,2 százaléka, míg utóbbiak közül 20,7 százalék tartja kedvezőtlennek a turizmus hatásait. Ennek oka abban keresendő, hogy a Vár lakossága nap mint nap tapasztalhatja a turizmusból közvetlenül származó kellemetlenségeket, elsősorban környezete túlterheltségét.

E kérdéskör elemzése során megállapítható, hogy a lakosság reálisan ítéli meg a turizmus észlelhető hatásait, nem dimenzionálja túl az esetleges előnyöket, vagy hátrányokat, amely megítélésünk szerint abból ered, hogy a vizsgált társadalom a turizmussal való hosszabb idejű „együttélése” során kialakította sajátos életvitelét, a funkcióval kapcsolatos értékszemléletét.

A turizmus életvitelre gyakorolt hatása

Ott, ahol egy városrész funkcionális szerkezete annyira tagolt [137], mint az I. kerületben, – különös tekintettel a Várra – a műemlékek, a közintézmények, a zöldterület, a

18. táblázat A lakosság és a turizmus viszonya az I. kerületben (%)

Befolyásolja-e az Ön életét a turistaforgalom?	Összesen	A budai Várban	A Váron kívül
Nem.	38,7	14	63,4
Igen, mert minden többbe kerül.	27,2	41,3	13,2
Igen, mert kevés a parkoló és zsúfolt a tömegközlekedés.	11,2	11,8	10,6
Igen, mert vállalkozóként bevételhez jutok.	1,2	1	1,3
Igen, mert zavarják a nyugalmamat.	5,5	5,5	5,5
Igen, mert hiányoznak a lakossági szolgáltatások.	16,2	26,4	6

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

lakóterület együttes megjelenésekor elkerülhetetlenek az egyes funkciót igénybevevő csoportok konfliktusai. Erre próbál rámutatni a 18. táblázat, amely a válaszadók százalékaiban közli a konfliktusok okait.

E kérdéskör vizsgálatánál még inkább kirajzolódik az előbb említett csoportspecifikus különbség, tudniillik egy viszonylag kis területű közigazgatási egységen (3,41 km²) belül élő lakosság magatartása a turizmussal való érintkezés, vagy annak gazdasági, társadalmi hatásainak átélése függvényében igen eltérő lehet.

A Várban élő válaszadók mindössze 14 százalékának nem befolyásolja hétköznapijait a turistaforgalom, szemben a kerület többi megkérdezettjével, akinek több mint 60 százaléka nem érzékeli a turizmus hatásait. Hasonló anomáliát fedezhetünk fel a második válasz értékelésekor is. A lakosság véleménye szerint a Várban a kereskedők a turisták pénztárcájához igazítják árait, ezzel a helyi lakosságot arra kényszerítik, hogy a környező kerületekben vásároljon. Ezt a választ megjelölők döntő többsége a II. kerületet nevezte meg bevásárlásának színterül (feltehetően a Fény utcai piac közelsége miatt), sokan járnak át a XII. kerületbe vásárolni, illetve az I. kerületben található Batthyány téri Nagycsarnok is kedvelt bevásárló helye a Várból „kiszorult” lakoságnak.

Hasonló a helyzet a hagyományos lakossági szolgáltatásokkal is. Ennek – a magas bérleti díjakban keresendő – hiánya elsősorban szintén a Várban lakóknál okoz konfliktust.

Az I. kerületi lakosság annak ellenére, hogy területén fellelhető az egyik legjobban jövedelmező iparág, a turizmus minden „kelléke”, nem óhajt, vagy nincs módja ebből vállalkozóként haszonra szert tenni. Ezt mutatja a negyedik választ jelölők alacsony aránya. Magyarán a városrész társadalmi összetétele is szolgálhat, mivel az itt élő, aktív lakosság egy része egzisztenciával rendelkező frók, művészek, politikusok és sikeres üzletemberek köréből kerül ki. Megítélésünk szerint azon társadalmi csoport vállalkozása, amely a lakóhelyén próbál profitálni a turizmusból, hosszú távon sokkal jövedelmezőbbé válhat, mivel alapos hely- és tradíció ismeretre, személyes kapcsolatokra, a helyi érdekek és lehetőségek felismerésére építhet.

Vállalkozási szándék a turizmusban

A kérdéskör elemzése a fejlesztés szempontjából nyújthat megfontolandó tanulságokat a helyi önkormányzat és a vállalkozók számára, mivel képet kaphatnak az idegenforgalmi beruházások várt irányairól, illetve azon területeiről, amelybe a lakosok is szívesen bekapcsolódnának. Továbbá olyan, a szakemberek számára talán fel nem tárt lehetőségekre is fény derülhet, amelynek kiaknázása bővítheti a városrész vonzástényezőit, javíthatja a turisztikai kínálat minőségi összetételét.

19. táblázat. A lakosság vállalkozói szándéka az I. kerületben (százalékban)

Van-e kihasználatlan idegenforgalmi lehetőség a kerületben ?	Összesen	A budai Várban	A Váron kívül
Van	37,3	27	47,5
Nincs	62,7	73	52,5
Vállalkozna-e az idegenforgalomban, ha lenne lehetősége ?			
Igen	53,6	39,3	67,9
Nem	46,4	60,7	32,1

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

A témával kapcsolatban két kérdést vizsgáltunk. Egyrészt a helyi lakosság véleményét a kerületben meglévő kihasználatlan turisztikai lehetőségekről, másrészt ezzel összefüggésben felmértük, ha módjukban állna, vállalkoznának-e a turizmus területén (19. táblázat).

Figyelembe véve, hogy a megkérdezetteknek mindössze 1,2 százaléka állította, hogy a turizmusra alapozza vállalkozását, meglepő az az eredmény, hogy a lakoságnak a fele kezdene a vizsgált területen vállalkozásba. Érdekes tényező azonban, hogy éppen a Váron kívüli lakosságban él az az elképzelés, hogy érdemes lenne a turizmus területén a Várban vállalkozni, szemben az ott lakókkal, akik talán személyes tapasztalatra és hallomásra építve elutasítják ennek lehetőségét. Elutasítják, mert közel háromnegyedük lehetőségét sem lát a fejlesztésre.

Azok, akik konkrétan is megnevezték a fel nem tárt lehetőségek területét, úgy látják, hogy a már meglévő építészeti örökségre és infrastruktúrára kell alapozni a fejlesztést, illetve érdemes figyelembe venni az elfeledett kerületi kulturális hagyományokat is.

Kiemelt helyen szerepelt a válaszok közül – az önkormányzat szándékával is meg egyező fejlesztés – az Ybl Bazar rendbehozatala, amely egykoron helyt adott az Ifjúsági Park programjainak is. Hasonló nagyságrendben látja a lakosság kihasználatlannak az egykori Miniszterelnökség épületét, a Sándor Palotát. A lakosság magára is gondolhatott, amikor saját, döntően műemléki védettségű házainak felújítására tett javaslatot, úgy vélve, hogy ez is hozzájárulhat a városkép javításához. A ma is üzemelő Labirintus és Magdolna torony ügyesebb „értékesítést” látják többen a fejlődés egyik bázisának. Nemcsak a Várba látogató külföldiek, hanem a hazai közönség is profitálhatna – gondolták jó néhányan –, amikor mennyiségi és minőségi értelemben is igényt formáltak a koncertek, hangversenyek, szabadtéri előadások megrendezésére. Hangsúlyozták, hogy új területeket (Tabán, Vérmező, Kapisztrán tér) is vonjanak be e programok megtartásakor, ezzel is differenciálva a Szentháromság térre, a Mátyás templomba koncentráló turizmust.

Egyesek a Gellért-hegyen álló Citadellát is a kihasználatlan lehetőségek között említették, azonban ez a műemlék közigazgatásilag a XI. kerület része, így csak az oda vezető infrastruktúra kiépítésében vehet részt a kerület.

A vállalkozói elképzeléseket vizsgálva megállapítható, hogy a válaszadók többsége, építve esetleges nyelvtudására és helyismeretére, idegenvezető szeretne lenni, mivel úgy látják, ez a vendégek nagy száma miatt minimális befektetéssel jövedelmező vállalkozássá válhat. Erre megfelelő igény van nemcsak csoportos, hanem egyéni látogatók esetében is.

A vendéglátás is kecsegteti a vállalkozni szándékozó helyi lakosságot, amely – gondolva a belső turizmusra is – olcsóbb árakkal és valódi magyaros ételspecialitásokkal várná a vendégeket a területileg elszórtabb éttermekben. Sokan alakítanának ki a század-

elő hangulatát idéző kávéházakat teraszokkal, de olyanok is akadnak, akik a hagyományos „talponállók” mellett tennék le a garasukat, mások reggeliző helyeket hoznának létre.

Több első kerületi lakos úgy gondolja, hogy igény lenne a szállodák mellett panziók építésére, és a fizetővendéglátás kínálatának bővítésére is. Sokan tüzetet látnak a kulturális rendezvények szervezésében, rendezésében. Mások a „turizmus által sújtott” helyi lakosság ellátását felvállaló boltokat nyitnának.

Csak a legjellemzőbb válaszokat emeltük ki, mert a lakosság véleménye alapján a lehetőségek szinte határtalannak tűnnek, itt minden javaslat ismertetésére nincs módunk. E kérdéskör értékelésénél is sikerült bemutatnunk mekkora szerepet játszhat a fejlesztés során a lakosság véleményének és magatartásának pontos ismerete. A turizmus a lakosság életterében jelentkezik, ezért nem szabad figyelmen kívül hagyni a csoportspecifikus érdekeiket sem az esetleges fejlesztési döntések meghozatalakor.

Budapest idegenforgalmi felkészültségének értékelése

A város turisztikai használatokor a külföldi vendégek egymással sokszor összefüggő szolgáltatások halmazát veszik igénybe, s visszatérésükre akkor számíthatunk, ha ezek színvonalával meg vannak elégedve. Mivel legtöbb esetben a turistának az általa igénybe vett szolgáltatásokról kialakult véleménye a helyszínen nem mérhető, ezért csak személyes megkeresés során bizonyosodhatunk meg arról, hogy milyen benyomások érték. Kedvező, vagy kedvezőtlen kép alakult ki a tartózkodás során a meglátogatott helyről, jelen esetben Budapestről.

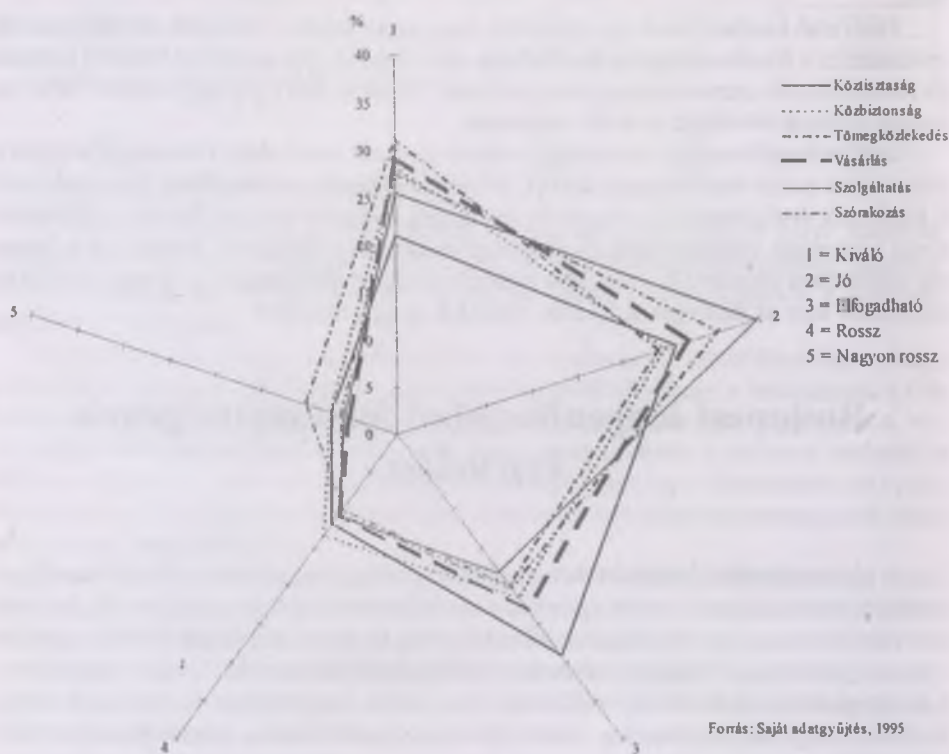
A külföldiek véleménye Budapest turizmusáról

Felmérésünk során arra kértük a külföldi vendégeket, hogy egy ötfokozatú skálán (ahol az egy kiválót, az öt nagyon rosszat jelent) értékeljék a budapesti turizmus általános és helyi feltételeit: a köztisztaságot; a közbiztonságot; a tömegközlekedést; a vásárlási és szórakozási lehetőségeket; a szolgáltatások színvonalát. Az eredményt a 12. ábrán (lásd a 80.oldalon) egy csillagdiagramon ábrázoltuk, amelyen jól kirajzolódik, hogy a vendégek az általános és helyi feltételek többségével elégedettek, azonban vannak fejlesztésre szoruló területek. A vendégek közel 20 százaléka adott rossz, illetve nagyon rossz minősítést a köztisztaság-ra, a közbiztonságra és a tömegközlekedésre.

E területek gondjait a hazai lakosság is érzi. Figyelembe kell azonban venni, hogy ezek költségvetésből fedezett tevékenységek, így a várható fejlődés összefügg a főváros gazdasági lehetőségeivel. Jól látszik az ördögi kör jelensége, mivel addig nem várható nagyobb arányú fejlesztés ezeken a területeken, amíg a költségvetésnek nincs nagyobb bevétele, az pedig bizonyos mértékben függ a turizmus sikerétől is, de ha rosszak az általános feltételek, akkor kevesebb lesz a turisták száma.

12. ábra

A turizmus egyes feltételeinek értékelése Budapest külföldi vendégei szerint



A helyi társadalom véleménye egy turistaközpontról

A vizsgálat arra is kereste a választ, hogy a helyi lakosság megítélése szerint Budapest legfrekvenciáltabb városrésze, az I. kerület, mennyire felkészült a turisták fogadására (a különböző tényezőket itt is egy ötfokozatú skálán kellett értékelni). Azért tartottuk különösen fontosnak e kérdést, mert *egyrészt* a helyi lakosság társadalmi státuszából eredendően külföldi útjai során gyakran maga is a turista szerepébe kerül, szembesül a meglátogatott hely felkészültségével, összehasonlítási alapot szerezve az értékelülethez; *másrészt* közvetve, vagy közvetlenül maga is érzékelheti a turisták véleményét a lakókörnyezetéről. A városrész turisztikai potenciáljának értékelésekor a fogadóterület lakosságának véleményét legalább annyira számításba kell vennünk, mint az oda érkező turistákét, sőt talán hangsúlyozottabban, mivel a helyiek tolla gyakran keményebben fog, mint az illendőségből dicsérő vendégeké. Természetesen a következtetések levonásakor figyelembe kell venni azt is, amikor a helyi lakosság véleményt formál a városrész turisztikai felkészültségéről – érthetően –, azt együttesen értékeli a kerület többi alapfunkciójával.

A kérdőívek kiértékelésekor az egyes tényezőket tekintve összevontuk a kiváló és a jó, illetve a rossz és a nagyon rossz minősítésű válaszokat, majd azokat sorrendbe rendezve a következő eredményt kaptuk (20. táblázat).

20. táblázat A lakosság véleménye a turizmus infra(supra)strukturájáról (százalékban)

Kiváló - Jó minősítés	Nagyon rossz - rossz minősítés
Vendéglátás (44,4)	Illemlhelyek (79,3)
Elszállásolás (37,8)	Kiskereskedelem (51,1)
Tömegközlekedés (36,1)	Gépkocsi közlekedés (40,3)
Műemlékvédelem (32,3)	Műemlékvédelem (35,8)
Tájékoztatás (29,5)	Tájékoztatás (33,8)
Kiskereskedelem (25,9)	Tömegközlekedés (31,6)
Gépkocsi közlekedés (23,5)	Elszállásolás (20,7)
Illemlhelyek (4,6)	Vendéglátás (19,2)

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995

A helyi lakosság véleménye láthatóan következetes a felmérést tekintve. Megítélésük szerint az I. kerület elsődleges szuprastrukturája (amit a helyiek legritkább esetben vesznek személyesen igénybe) minőségi és mennyiségi szempontból egyaránt kielégíti az igényeket. Szintén elégedettek – a fővárosiak szerint leggyakrabban negatív véleményt kiváltó – a többségük által használt tömegközlekedéssel, ami azzal magyarázható, hogy a BKV kiemelt figyelmet fordít e városrész igényesebb kiszolgálására.

A lakosság is érzékeli, hogy a külföldiek szervezett tájékoztatása (idegen nyelvű útbaigazítók, ismertető, stb.) sok más külföldi turistaközponttal összehasonlítva nem kielégítő. E területen is van még tennivaló csakúgy, mint a műemlékvédelem kapcsán. Azonban míg utóbbi döntően pénzkérdés, előbbi a turizmusban érdekelt szaksterű összefogásával, körültekintő szervezéssel viszonylag könnyen megvalósítható.

A felmérés tanúsága szerint legrosszabbnak a gépkocsi közlekedést, a kiskereskedelmet és az illemlhelyeket tartják. A környezeti okok miatt korábban már kitiltott gépkocsik továbbra is behajtanak² a Vár területére, elfoglalva a lakosság – így is kevés parkolóhelyét. A bátortalanabb látogatók pedig a Várat környező szűk utcákban próbálnak helyet találni maguknak, gyakran akadályozva a tömegközlekedést, illetve a turista-buszok forgalmát.

A kiskereskedelemről szólva megjegyezzük, hogy itt nyilvánvaló érdekellentétéről van szó, amely az üzemeltetők és a helyi lakosság között alakult ki. Európa bármely turista negyedében járva tapasztalhatjuk, hogy az árukínálat és az árszínvonal ezekben az üzletekben a fizetőképesebb vendégekhez szabott, és ez nemcsak a turisták és a helyi lakosság között okozhat konfliktusokat, hanem a turisták különböző rétegein belül is.

A közterületi illemlhely az a szolgáltatás, amelyről a helyi lakosság – annak ellenére, hogy személyesen ritkán veszi igénybe – mégis véleményt alkot. Pontosan érzékeli ezek hiányát. Anélkül, hogy részleteiben belemennénk a probléma tárgyalásába, szólni kell róla, mert a turisták e szükséglete pillanatnyilag „balkáni módon” rendezett a Várban, sőt az egész fővárosban.

A városi turizmus résztvevőinek térbeli magatartása

Arra már korábban rámutattak az idegenforgalom földrajzával foglalkozó szakemberek [36], hogy a turizmus olyan, a térben lezajló társadalmi jelenség, amely megváltoztatja a földrajzi környezetet. Ezért e szociálgeográfiai megközelítésű elemzésnek egy-

² A Vár területére csak érvényes behajtási engedéllyel, mágneskártyával lehet behajtani, ez bizonyos mértékben csökkentette a forgalmat, de teljesen nem szüntette meg. A magas parkolási költség a külföldiek számára nem „elrettető”.

részt elengedhetetlen bemutatni a Budapestre érkező külföldi vendégek térbeli mozgását, figyelemmel az őket kiszolgáló infrastruktúrára és a vonzásadottságok elhelyezkedésére, *másrészt* elemezni kell a turisták magatartását az idegenforgalommal és az ehhez szorosan illeszkedő funkciókkal kapcsolatban. Természetesen vizsgálatunk nem öncélú, azt próbáljuk feltárni, hogy a turizmusban résztvevő egyének és csoportok „kiszolgálása” során, hogyan alakul át a vizsgált terület térszerkezete, vagy mely városrészekben kell a turisták igényének megfelelő fejlesztést végrehajtani.

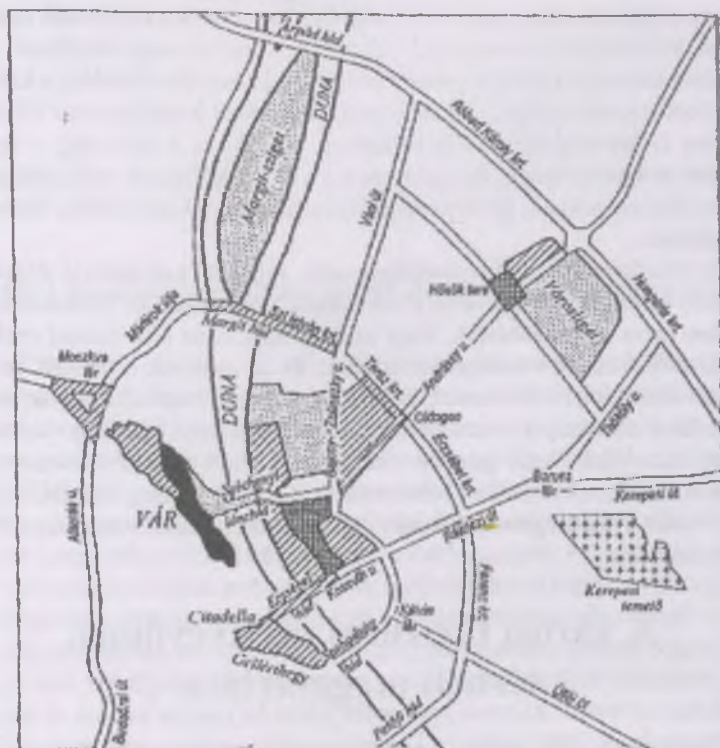
E könyv kerete nem teszi lehetővé a fenti kérdések kimerítő megválaszolását, azonban arra módot ad, hogy a meglevő adatbázisunkra támaszkodva, megpróbáljuk összevetni a turisták által valóban igénybevett és a fejlesztésre rendelkezésre álló tér funkcionális lehetőségeit.

Arra a kérdésre, hogy merre jár a külföldi turista a városban nem könnyű felelni. Kézenfekvő válasznak tűnik, hogy arra, ahová motivációja és érdeklődési köre vonzza. A turista oda látogat a városban, ahol megtekintheti a nevezetességeket, vagy igénybe veheti a szolgáltatásokat. Ha ez ilyen egyszerű lenne, akkor nem lenne más dolgunk, mint kataszterszerűen összegyűjteni a potenciális turisztikai termékeket, és térképen ábrázolni azokat.

Horwath, W. 1992-ben felmérést készített arról, Budapest mely térségeit használják

13. ábra

A külföldi turisták akcióis területei Budapesten



1. nap

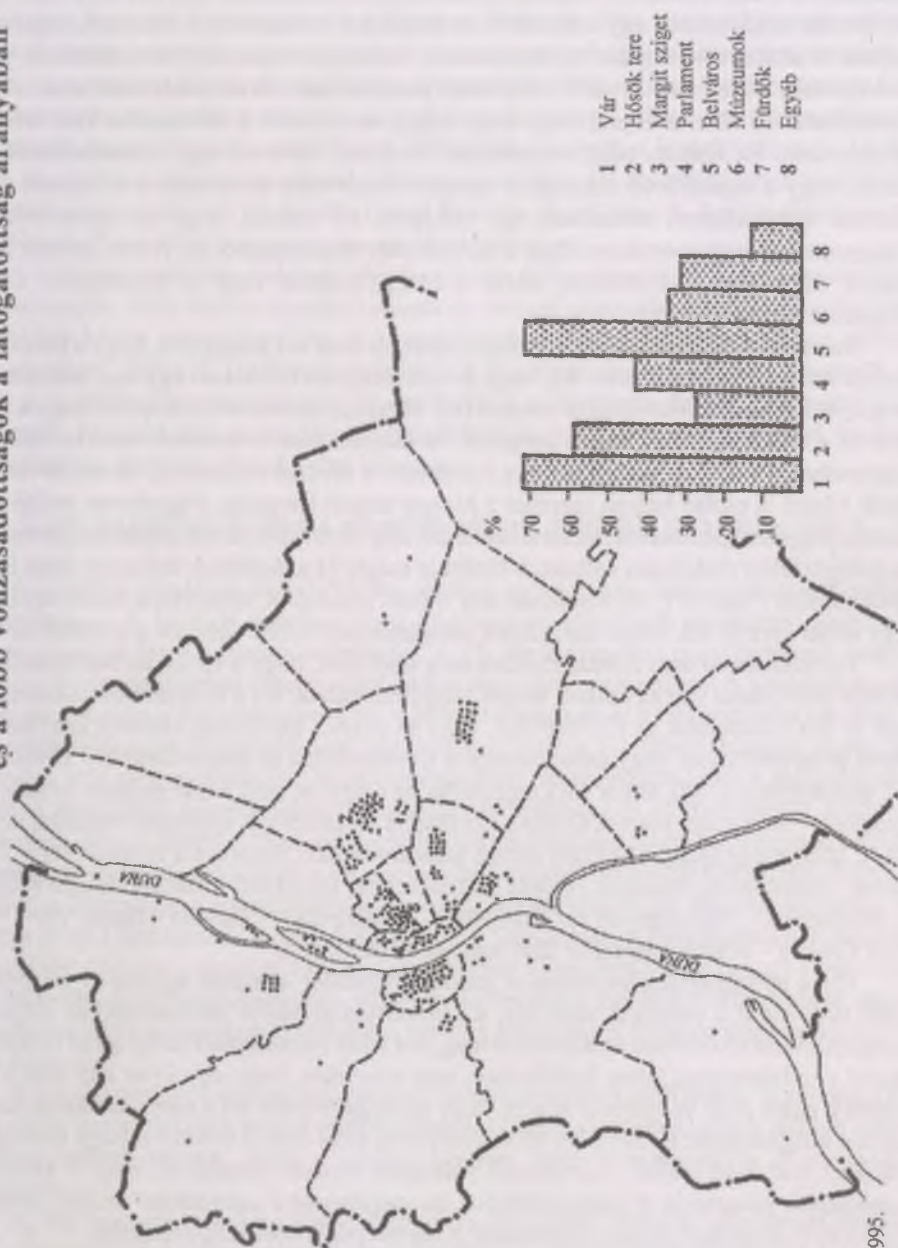
2. nap

3. nap

4. nap

Forrás: W. Horwath, 1992

14. ábra Budapest kulturális rendezvényeinek területi eloszlása és a főbb vonzások arányában



Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

látogatásuk során a külföldi turisták, ezeket „akcióterületeknek” nevezte el. A felmérésbe bevont vendégeknek egy a Tourinform irodákban beszerezhető várostérképen kellett bejelölni azokat a térségeket és útvonalakat, amelyeket budapesti tartózkodásuk során felkeresnek, felkerestek. A város különböző pontjain szerzett információkat aszerint csoportosította és vitte térképre, hogy hány napig tartózkodik a felmérésbe vont külföldi Budapesten. Ez alapján négy alaptérképet készített, amit mi úgy szintetizáltunk (13. ábra), hogy a legalább 40 százalékos látogatottságot elért területeket a felkeresés napja szerinti megoszlásban ábrázoltuk egy térképen. Jól látható, hogy az egyes területek látogatottsága nagymértékben függ a tartózkodás időtartamától is. Amíg az első nap a budai Várat vagy a Belvárost, addig a Margit-szigetet vagy a Városligetet csak a negyedik nap keresik fel.

Ha eltekintünk a tartózkodás időtartamától, és csak azt vizsgáljuk, hogy a megkérdezettek hány százaléka kereste fel, vagy áll szándékában felkeresni egy-egy vonzásadottságot, akkor a saját felmérésünk alapján (14. ábra) azt az eredményt kapjuk, hogy a budai Vár és a Belváros – Váci utca a látogatók 70 százalékának célterületei közé tartozik. Ezt sorrendben a Hősök terei emlékmű, a Parlament, a főváros múzeumai, fürdői követik, és ezek között is utolsó helyen szerepel a Margit-szigeti látogatás. Figyelemre méltó eredmény, hogy amíg a motivációknál a vendégek alig több mint három százaléka jelölte meg a gyógyüdülést elsődleges célként, a fürdőket mégis 31 százalékuk felkeresi, tehát igazolódni látszik *Page, S.* [130] korábban már idézett gondolata, miszerint a várost eredetileg egy céllal keresik fel, mégis széleskörű szolgáltatásait veszik igénybe a külföldi turisták.

Természetesen nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy a városi tér használatára jelentős befolyással van az utazási irodák programkínálata, sőt a turisztikai szakemberképzés is. Ha fellelőzzük az EXPRESSZ, vagy az IBUSZ külföldiek számára készített igényes programfüzetét, vagy beleolvassuk a Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző tankönyvébe [189], akkor jól kirajzolódik az a terület, amit a már említett termék-csomagként – szervezett keretek között – kínálnak a szakemberek Budapest vendégei számára. E szerint egy átlagos külföldi turista számára hazánk fővárosa a Kossuth tér – Parlament – Szent István Bazilika – Opera – Millenniumi Emlékmű – Szépművészeti Múzeum – Mücsarnok – Vajdahunyad vár – Állatkert – Vidámpark – Citadella – Budai Vár – Nemzeti Galéria – Mátyás templom által lefedett területtől áll.

Ezt a feldolgozhatatlan élményt jelentő programot általában egynapos városnézés-ként értékesítik a vendégek számára. Az útvonalon az egyes nevezetességek alaposabb megtekintését elsősorban az határozza meg, hol lehet huzamosabb ideig, gond nélkül parkolni a turistabusszal. Nem lepődhetünk meg azon sem, hogy egy ilyen nap után a vendégnek nincs ereje és kedve sem arra, hogy önmaga fedezze fel a város korábban szervezeten meglátogatott területeit és azok környékét, arról nem is beszélve, hogy önmaga induljon „felfedező utakra”. Az utazási vállalatok vezetői elmondták, hogy a külföldiek szabadidős programja is nagymértékben az idegenvezető „ajánlásain” múlik, amelyről nincs nyilvántartás, hisz ezt legtöbbször a személyes érdekltség motiválja.

Az egyénileg érkező vendégek számára is rendelkezésre áll egy központi ajánlat, ami a Tourinform irodákban szerezhető be, és kínálata hasonló az utazási irodák ajánlatával, azzal a különbséggel, hogy itt a külföldi vendég nem izolálódik a helyi lakosságtól, mivel annak életterében kell megszerveznie saját szabadidős programját.

Ha a város használatát nem szűkítjük le a klasszikus látnivalók megtekintésére, akkor láthatóan módosulnak a turisták potenciális „akcióterei”. A Millecentenáriumi és a „’96 Magyarország” rendezvények többnyelvű programfüzetét felhasználva elkészítettük azt

a térképet (14. ábra), amely igyekszik illusztrálni, Budapest mely területei azok, amelyek a Magyar Turisztikai Szolgálat (ma: Magyar Turizmus Rt.) központi koordinációval megszervezett kulturális rendezvényeinek területi gyakoriságát tekintve vonzást gyakorolnak a turistákra. Érzékelhető, hogy a látogatók korábbi területi koncentráltsága arra kényszerítette az egyes városrészek turisztikai szakembereit, vállalkozóit, kulturális menedzsereit, hogy eddig kihasználatlanul álló egyedi vonzerőket is aktivizáljanak. Jól látható, hogy a klasszikus területeken kívül bekapcsolódik a III. kerület (Flórián tér környéke, Hajógyári sziget), a VIII. kerület (Erkel Színház, Ügető) és a X. kerület (Nemzetközi Kiállítások Csarnokai) a maga sajátos egyéni kínálatával.

A turizmus területén dolgozó vállalkozókban tudatosítani kell, hogy a szabadidős rendezvények 1996. évihez hasonló kínálata az, amivel elősegíthető a fővárosba látogató külföldiek kívánt mértékű költése és a rendelkezésre álló terület differenciáltan történő felhasználása. *Szűcs A.* [167] arra is felhívja a figyelmet, hogy a programszervezők ne csak a jó időre alapozva csalogassák vendégeiket a fővárosba, hanem dolgozzanak ki alternatív programokat a vendégek szabadidejének rossz idő esetén történő hasznos eltöltésére is, mert ez pillanatnyilag hiányzik.

Egy turistaközpont vendégeinek térbeli magatartása

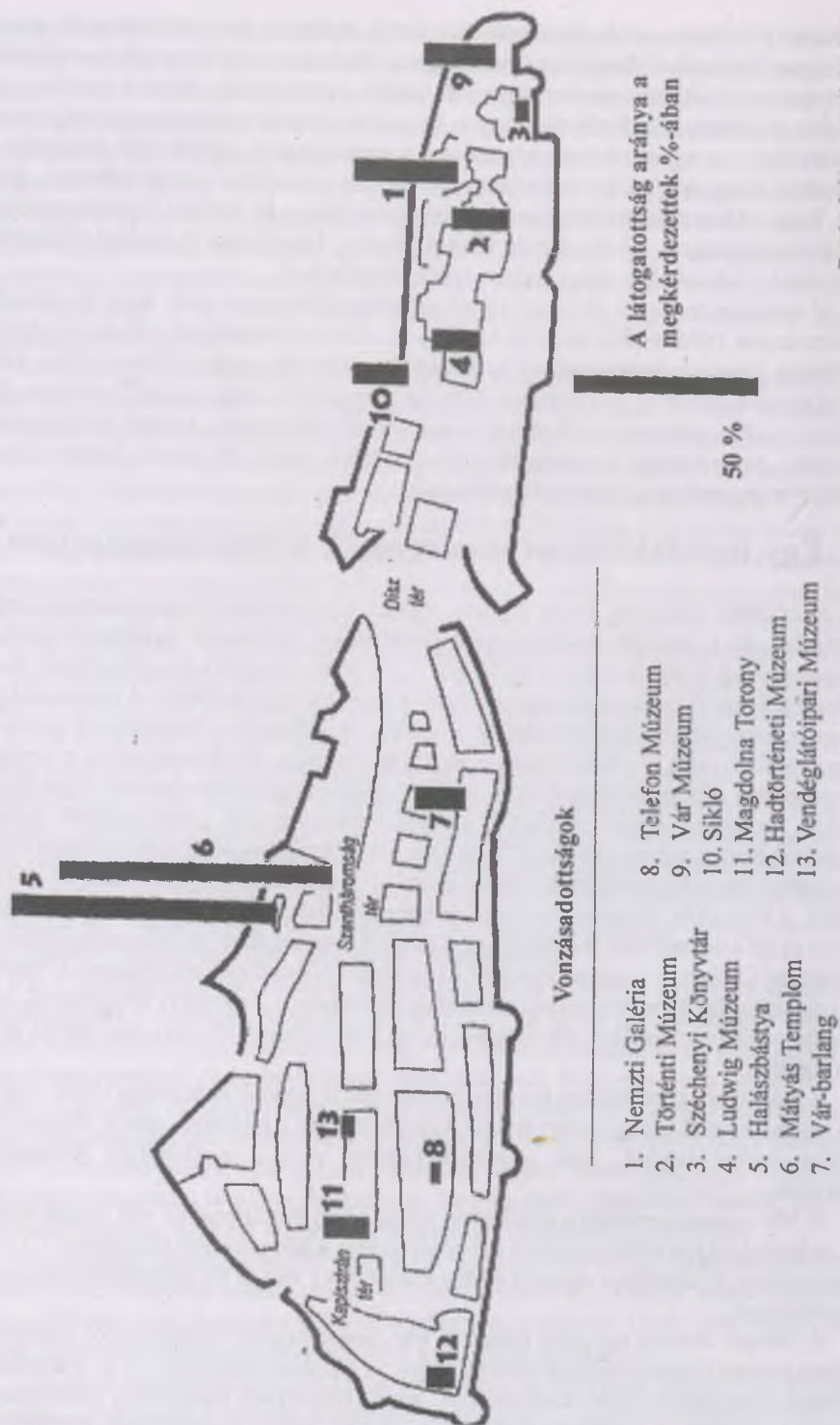
A külföldi vendégek budai Várban történő mozgásának, térhasználatának megismeréséhez az I. kerületi önkormányzat illetékesével előzetesen egyeztetett fontosabb nevezetességek látogatottságát mértük fel. A 15. ábrát vizsgálva megállapítható, hogy a budai Vár idegenforgalmi szempontból három nagy térségre bontható. A tulajdonképpeni *centrum*, amelyet a Szentháromság tér, a Mátyás Templom és a Halászbástya képvisel, a látogatók több mint 72 százalékának elsődleges célpontja. Az átlagos turista e térség felkeresése után úgy gondolhatja, látott mindent, hisz megtekintette hazánk legszebb neogótikus templomát („kulturáldótt”); majd a Halászbástyáról gyönyörködött Budapest panorámájában („ismeri a fővárost”); esetleg lefotóztatta magát egy népviseletbe öltözött vattacukor áruossal („betekintett a társadalom hétköznapijaiba”) is. A Dísz tértől délre eső terület, a Várpalota, a *múzeumnegyed*, az építészeti szépségen túl, döntően kulturális élményt nyújt a turistáknak. Azonban mindössze 15,6 százalékos látogatottságú. Központja a Nemzeti Galéria, a magyar festészet itt található kiemelkedő alkotásaival a vendégek 27 százaléka óhajt megismerkedni, szemben az Országos Széchenyi Könyvtárral, ahová mindössze négy százalékuk tekintett be, mivel a lehetőségek ellenére alig van az épületben kiállítás.

A múzeumnegyed viszonylag alacsony látogatottságának okát abban látjuk, hogy kevés olyan nemzetközileg ismert értéket állítunk ki ezen a területen, amely akkora érdeklődésre tarthat számot, mint a párizsi Louvre, vagy a washingtoni Kongresszusi Könyvtár.

A Vár mostohagyereke a Kapisztrán tér és környéke, illetve az oda vezető útvonal. Ez, a lakóházakkal sűrűn beépített *periféria terület* a látogatóknak mindössze 7,7 százalékát vonzza. A térségben egyedül a Magdolna torony vált ki tíz százaléknál nagyobb látogatottságot.

A fentiek alapján egyedüli célnak a Vár idegenforgalmi szempontból differenciáltabban történő kihasználásának elérését látjuk. A múzeumnegyedben olyan időszakos kiállítások szervezését tartjuk kívánatosnak, amely komolyabb nemzetközi érdeklődésre is számot tarthatnak. A periférián pedig olyan állandó, valódi népművészeti, kézműves vá-

15. ábra Külföldi turisták térbeli mozgása a budai Várban



Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995

sártér kialakítását javasoljuk, amely vonzza a terület iránt amúgy érdektelen látogatókat. Elengedhetetlen ezzel párhuzamosan az utazási irodákon, a kereskedelmi szálláshelyeken és a Tourinformokon keresztül hatékony reklámkampány megvalósítása is.

A Világörökség részeként a várnegyednek a nemzetközi turizmus egyik fellegetvárává kell válnia. Természetesen ennek elérése érdekében nemcsak a már említett fejlesztéseket kell megvalósítani, hanem sürgető a szuprastruktúra minőségi és mennyiségi kiépítése is. Elsősorban a kereskedelmi szálláshelyek bővítésére és megfelelő területi elhelyezésére gondolunk. Budapest I. kerületében a fővárosi szállodai férőhelyek mindössze 7,5 százaléka található, ami megítélésünk szerint igen rossz arány ahhoz képest, hogy az egyik leglátogatottabb városrészről van szó. Ha ehhez hozzátesszük, hogy a minőségi elszállásolásban sem sokkal jobb az eredmény, mivel Budapest öt és négy csillagos szállodai férőhelyeinek 15 százaléka található itt, akkor látszik, hogy az I. kerület ezen a téren lemaradást mutat a főváros többi turistaközpontjához képest. A meglevő kereskedelmi szálláshelyek többsége kívül esik a Vár területén – azon belül a Hotel Hiltont és néhány fizetővendéglátó-helyet találhatunk –, miközben az igény ennél jóval nagyobb. Érdemes lenne a Gellért-hegy, Nap-hegy, Tabán térségében található villalakások bevonásával bővíteni a városrész szálláshelykínálatát. Mivel az I. kerület külföldön is számon tartott irodaházai révén [147] a nemzetközi üzleti életnek is helyt ad, így ez is kell, hogy ösztönözze a beruházókat a sokoldalú szolgáltatást kínáló, esetleg a gyógyidegenforgalomra is építő szálloda létrehozására, továbbá olyan a középíprteg által is megfizethető panziók nyitására, amelyek a szomszédos kerületekben jelentős számmal megtalálhatóak.

Budapest, célpont, vagy -állomás ?

1997-ben a Magyarországra érkező külföldiek 12 százaléka volt átutazó, azaz olyan személy, aki 24 óránál kevesebbet töltött hazánkba, és nem ugyanannál a határállomásnál hagyta el az országot, mint ahol belépett. Budapest fekvésénél és közlekedési szerepkörénél fogva meghatározó szerepet játszik az átutazó forgalom bonyolításában, ezért nem elhanyagolható annak vizsgálata, ezáltal mekkora terhelés éri a várost, és melyek azok a főbb irányok és útvonalak, amelyeket a külföldiek igénybe vesznek. Mi arra kerestük a választ, hogy Budapest vendégei számára végállomást jelent-e a város, vagy továbbutaznak-e? S ha igen, mely magyar településeket keresik fel.

A megkérdezettek közel felének Budapest nem kizárólagos célállomása, hanem további magyar településekre is ellátogat (21. táblázat). Érdekes, hogy a csoportspecifikus megoszlásban történő vizsgálat is hasonló eredményt hozott, tehát a továbbutazási szándék sokkal inkább motiváció mintsem országspecifikus. A 16. ábrát vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az utazások célállomásai szinte az ország egész területén megjelennek, nagyobb góccokat Szentendre, Győr, Sopron, Pécs, Szeged, Eger, Gyula és a Balaton jelent. Azonban amíg Szentendre kizárólagosan a városnézésre érkező vendégek további célpontja, addig a többi nagyváros estén leginkább az üzleti utazás dominál. Figyelemre méltó, hogy három megye (Vas, Zala, Jász –Nagykun –Szolnok) teljesen érintetlen a

21. táblázat Budapest vendégeinek megoszlása célállomás szerint (százalék)

	Összes megkérdezett	Amerika	Németország	Nyugat-Európa
Más magyar településeket is felkeres	44,5	43	46	46
Csak Budapestre látogat	55,5	57	54	54

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

Budapestre is ellátogató külföldi vendégek magyarországi mozgását tekintve. Vas és Zala megye esetén ez azzal magyarázható, hogy ezekben inkább a határmenti forgalom dominál. Jász–Nagykun–Szolnok megye esetén a motiváció hiánya játszhat közre. Itt kell megjegyezzük, hogy több tengerentúli megkérdezett nem magyar településeket szerepeltetett a válaszok között, hanem a régió nagyvárosait (Bécs, Prága). Ennek okát abban látjuk, hogy az ő számukra nem Magyarország a célterület, hanem Közép Európa, s ezt az idegenforgalmi szakembereknek is figyelembe kell venni, s együttműködve az osztrák és a cseh kollégákkal, a cseh–német együttműködés példáján [159] e régió értékesítésekor közös programokat célszerű kialakítani.

16. ábra

Budapest külföldi vendégeinek további magyarországi állomásai



Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995

A városi turizmus stratégiai szerepe a helyi gazdaságban



Britton, S. [25] szerint a városi turizmus megértéséhez elengedhetetlen annak feltárása, hogy az idegenforgalom – mint a tőkefelhalmozás és a területi verseny egyik meghatározó eleme – a térrel való kölcsönhatása során milyen reakciót vált ki a térségből, amelyben végbemegy, s ennek eredménye hogyan jelentkezik a felhalmozási folyamatban. Ebben a fejezetben a városi turizmus gazdasági vonatkozásait tekintjük át. Kiemeljük a fizetővendéglátást, amelynek törvényi szabályozása már megszületett, korábban azonban – hosszú éveken keresztül – a szürke gazdaság részeként működött, ezért komoly bevételkiesést okozott Budapest költségvetésében. Itt tárgyaljuk a konferencia turizmust is, mivel annak sikeres fejlesztése hosszú távon jelentős gazdasági növekedést hozhat Budapestnek.

Kizsákmányolni vagy támogatni ?

A városi önkormányzatok többsége tisztában van azzal, hogy a turizmus az érintett területen és környékén munkahelyet teremt, és fejlesztést indukál, segít újjáéleszteni az esetlegesen gyengélkedő gazdaságot. *Law, C.* [101] felhívja a figyelmet arra, hogy vannak olyan vélemények is, amelyek vitatják a turizmus pozitív hozzájárulását a helyi gazdaság fejlődéséhez. Érvként hangoztatják:

- ♦ a szezonálisból eredően a befektetés várható megtérülését és a munkaerő alkalmazásának jellegét tekintve a turizmus egy ingtag iparág. Az idegenforgalmi munkalehetőségek többsége nem kíván magasabb képzettséget, gyakran rosszul fizetett, instabil. Ez nem ösztönzi helyi szinten a gazdasági fellendülés alapját jelentő képzést sem;

- ♦ a turisták érkezését sokszor befolyásolják olyan külső tényezők, amelyeket a befektetőknek nem áll módjukban kontrollálni (politika, éghajlat, környezeti feltételek, stb.);

- ♦ a turisták utazási motivációi igen összetettek, akár egyik évről a másikra is módosulhatnak, az érdeklődés folyamatos fenntartása komoly marketingköltségeket igényel;

- ♦ az ár és ezzel összefüggésben a bevétel a tervezettől eltérhet, könnyen befolyásolják apró változások, mint például a vendégek fogyasztási igényeinek módosulása is.

Page, S. [130] arra mutat rá, hogy nehéz a turizmus költségeinek és bevételeinek arányát a városi terület valamennyi használója viszonylatában precízen megállapítani. Véleménye szerint a turista kiadások különböző formáit kell körülírni, s megvizsgálni,

hogy ezek milyen hatással vannak a helyi közösség gazdálkodására. Allítása szerint, a városi turizmus kedvező hatást gyakorol a gazdaságra, mert:

1. a turisták fogyasztása növeli a helyi gazdaság bevételeit;
2. a turisták kiszolgálására új munkahelyek jönnek létre a városban;
3. kedvezően módosul a közösségen belül a gazdasági tevékenységek struktúrája és egyensúlya;
4. a vállalkozói aktivitás növekszik.

Nem szabad megfélemednünk azonban a hátrányokról sem:

- I. inflációt gerjeszthet a helyi gazdaságban, mert ahogyan nő a térség iránti érdeklődés, úgy növekednek az ingatlanárak is;
- II. növekszik a függőség az importált árucikkektől, mert a turisták a helyi termékek helyett a nemzetközileg ismert produktumokat fogják keresni;
- III. a vendégek fogyasztásának és a szolgáltatások igénybevételének szezonális jellege a befektetések korlátozott – hosszú távú – visszatérüléséhez vezethet;
- IV. a városi önkormányzatoknál járulékos költségként jelennek meg a színvonalasabb infrastruktúrára és reklámra fordított kiadások.

Tietz, B. [172] hangsúlyozza, hogy a turizmus kiszolgálására létrehozott infra- és szuprastruktúra jelentősen hozzájárulhat a helyi lakosság szabadidős tevékenységének minőségi eltöltéséhez, így javulhat a térség munkaerő újratermelésének, gazdasági hatékonyságának színvonala, ezért is érdemes a turisztikai célú beruházásokat támogatni.

Ha egy látogató felkeresi a várost, azt gyakran összeköti kisebb-nagyobb vásárlással. Ez azonban nem minden esetben azonos a „bevásárló turizmussal”, amikor az utazás fő célja valamely kurrens áru beszerzése. Tehát a bevásárló turizmust nem szabad azonosítani a turisztikai tevékenység közben zajló ajándékvásárlással. A fogyasztási cikkek napjainkban tapasztalható globális mértékű szabványosítását kompenzálанд azt kell elérni, hogy a helyi ipar kínálja egyedi termékek vonzó hatást váltsanak ki a külföldiek körében. A városok külső területein található bevásárló és szórakoztató komplexumok megjelenése nem tekinthető múló irányzatnak. Elősegíthetik a turisták úti céljainak differenciálódását, a szabadidős tevékenységek területi megoszlását (térségünkben ez elsősorban a belföldi turizmusban, és a volt szocialista országokból érkező vendégek esetén érvényesül). Egyes városrészeknek a turisták vásárlására való felkészülése bizonyos előnyök megteremtését idézheti elő: gyalogos zónák (sétáló utcák) kialakítása, parkolási problémák megoldása mélygarázzsal vagy parkolóházakkal, parkosítás, a terület megközelítésének kényelmesebbé tétele, az üzletek új homlokzataival vonzó környezet kialakítása, a városrész szükség szerinti revitalizációja. A vásárlásban való részvétel során a turisták kapcsolatba kerülhetnek a helyi lakossággal, megismerkedhetnek fogyasztási szokásaikkal, amely során a helyi termékek iránti kereslet növekedhet.

A turizmus Budapest gazdasági életében

Budapest foglalkoztatási szerkezetében a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátásban alkalmazottak aránya 1992 és 1997 között az összes foglalkoztatotton belül három százalék körül mozgott (22. táblázat). A vizsgált szektorban dolgozók száma 1996-ig évről évre csökkent, ennek üteme 1992 és 1993 között meghaladta a fővárosi átlagot, a többi évben alatta maradt. 1996-ban – miközben Budapesten az alkalmazásban állók száma 6,1

22. táblázat Az alkalmazásban állók száma Budapesten (fő)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Szálláshely szolgáltatás és vendéglátásban	27489	22037	20457	19852	19909	21599
Összesen	874594	817106	746964	715184	671293	768601

Forrás: KSH

százalékkal csökkent – az idegenforgalom már 0,3 százalékos növekedést mutatott. 1997-ben ismét jelentősen kisebb mértékű (8,5 százalék) volt az idegenforgalomban alkalmazottak számának növekedése, mint az összes budapesti alkalmazotté (14,5 százalék). Az idegenforgalmat – a közfelfogással ellentétben – továbbra is a fizikai alkalmazottak dominanciája jellemi, a szektorban foglalkoztatottak 69 százaléka fizikai, 31 százaléka szellemi besorolású. Az idénymunkában foglalkoztatottak többsége is fizikai dolgozó, mivel szakácsként, felszolgálóként, cukrászdai, szállodai kisegítőként foglalkoztatják őket.

A szálláshely-szolgáltatásban és vendéglátásban dolgozók havi bruttó átlagbére a vizsgált időszak egészében elmarad a Budapesten alkalmazásban állók átlagkeresetétől (23. táblázat). Az emelkedés évi ütemét tekintve 1992 és 1993 között (amikor az átlagosnál nagyobb mértékű volt az idegenforgalomban foglalkoztatottak számának csökkenése) ért el a szektor az átlagosnál magasabb arányú bérnövekedést, az ezt követő években a növekedés üteme kettő–négy százalékkal elmaradt a budapesti átlagtól. Budapesten az idegenforgalmi szektorban az egy fizikai dolgozóra jutó havi bruttó átlagbér 32 874 forint, a szellemi munkakörben alkalmazottaké 75 744 forint. Az idegenforgalomban a fizikai és szellemi alkalmazásúak közötti „béröllő” 8292 forinttal haladja meg a Budapesten alkalmazásban álló fizikai és szellemi besorolásúak átlagos bérkülönbségét.

1992, a Grand Hotel Corvinus Kempinski átadása óta Budapesten az idegenforgalmi szektorban nem volt jelentősebb beruházás (24. táblázat). A szakértők által oly sokszor megfogalmazott igény, a minőségi turizmus szerepének növelésére, csak a beruházások fokozása mellett valósulhat meg.

Míg 1994 és 1995 között a hazai GDP¹ 24,8 százalékkal, addig a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátásból származó bruttó hozzáadott érték csak 15,9 százalékkal növekedett. Ugyanebben az időszakban azonban Budapest GDP-jének növekedését (21,4 százalék) meghaladta a főváros szálláshely-szolgáltatásból és vendéglátásból származó bruttó hozzáadott értékének növekedése (24,5 százalék). 1995-ben Budapest GDP-je az ország GDP-jének 33,4 százalékát adta, az általunk vizsgált szektorban a főváros részese-

23. táblázat. Az alkalmazásban állók havi bruttó átlagkeresete Budapesten (forint)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Szálláshely-szolgáltatás és vendéglátásban	22305	28939	34796	40152	46685	56162
Az összes átlaga	28562	34554	43140	50627	61132	74546

Forrás: KSH

24. táblázat. Az üzembe helyezett beruházások Budapesten (millió forint)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Összesen	122217	142545	203843	238177	287506	427357
Szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás részesedése (százalékban)	5,8	1,8	1,3	1,4	1,8	1,4

Forrás: KSH

¹ GDP = az infláció levonása nélkül, folyó áron számolt GDP

25. táblázat A bruttó hozzáadott érték folyó áron (millió forint)

	1994	1995
Magyarország összesen	3 919 434	4 892 542
Budapest összesen	1 348 059	1 636 270
Magyarország Szálláshely-szolg.+ vendéglátás	73 207	84 835
Budapest Szálláshely-szolg.+ vendéglátás	27 795	34 618

Forrás: KSH.

dése az ország bruttó hozzáadott értékéből 40,8 százalék volt. A szektor részesedése Budapest GDP-jéből 2,1 százalék volt (25.táblázat).

A turizmus finanszírozási kérdései az önkormányzatoknál

A Fővárosi Közgyűlés a 31/1994. sz. önkormányzati rendeletével 1994. július 1-jei hatállyal Budapest egész közigazgatási területére bevezette az idegenforgalmi adót, amely minden kereskedelmi szálláshelyen eltöltött vendégéjszaka bevételének kettő százalékát jelentette (1996. január 1-től három százalék). Az idegenforgalmi adóból származó éves bevétel a Fővárosi Önkormányzat költségvetésének csak a töredékét teszi ki, mégis lehetőséget teremt az önálló turizmuspolitika megjelenítésére (26. táblázat).

Az idegenforgalmi adó közvetlenül a Fővárosi Önkormányzathoz kerül, amelyet – egy bonyolult számítás révén – részben és arányosan visszautal a kerületi önkormányzatokhoz. Jelenleg az a kerület számíthat jelentősebb visszautalásra, amelynek területéről a szállásadó vállalkozók többet fizettek be. Idegenforgalmi bevétel címszó alatt az önkormányzatok nemcsak a befizetett idegenforgalmi adó rájuk eső részéhez, hanem azt kiegészítve úgynevezett üdülőlhelyi normatív állami támogatáshoz is hozzájutnak. Az így keletkezett idegenforgalmi bevétel 40 százalékát a kerületi önkormányzatok között osztják fel, 60 százaléka pedig a fővárosé marad (a megosztás előtt a fővárosi önkormányzat egyéb, áttételesen a turizmust is szolgáló feladataira összegű költség-hozzájárulást von le). A kerületekre jutó hányad 60 százalékát minden kerület egyenlő arányban megkapja, míg 40 százalékát a befizetés arányában osztják szét. Az első pillantásra igazságtalannak tűnő elosztási rendszerre azért van szükség, mert Budapest turisztikai feladatainak döntő részét a Fővárosi Önkormányzat végzi, vagy végezteti. Itt kell megjegyezni, hogy azoknak a kerületeknek is szükségük van idegenforgalmi bevételre, amelyek ma még nem állnak a turisták érdeklődésének középpontjában, azonban lehetséges, hogy éppen ezekből az anyagi forrásokból indíthatják meg fejlesztéseiket.

A 27. táblázatból leolvasható – ahogy már előbb utaltunk rá – a befizetett idegenforgalmi adó és a kerületeknek a Fővárosi Önkormányzattól idegenforgalmi bevétel címszó alatt visszautalt költségvetési összeg nem áll egymással szorosan arányban. A két legna-

26. táblázat A Fővárosi Önkormányzathoz befolyó idegenforgalmi adó (millió forint)

1995	1996	1997	1998
180	382	450	598

Forrás: Fővárosi Önkormányzat

27. táblázat A befizetett idegenforgalmi adó és a bevétel megoszlása kerületenként²

Kerület	Befizetett idegenforgalmi adó százalék	Várható idegenforgalmi bevétel százalék
I.	20,56	10,95
II.	2,25	3,51
III.	5,43	4,77
IV.	0,23	2,7
V.	47,98	21,7
VI.	5,68	5,1
VII.	0,51	2,8
VIII.	8,04	5,61
IX.	0,07	2,65
X.	0,34	2,75
XI.	4,56	4,45
XII.	1,42	3,21
XIII.	1,62	3,31
XIV.	0,56	2,82
XV.	0,16	2,67
XVI.	0,04	2,62
XVII.	0,01	2,62
XVIII.	0,01	2,62
XIX.	0,06	2,62
XX.	0,05	2,62
XXI.	0,05	2,62
XXII.	0,35	2,75
XXIII.	0,01	2,62

Forrás: Főpolgármesteri Hivatal

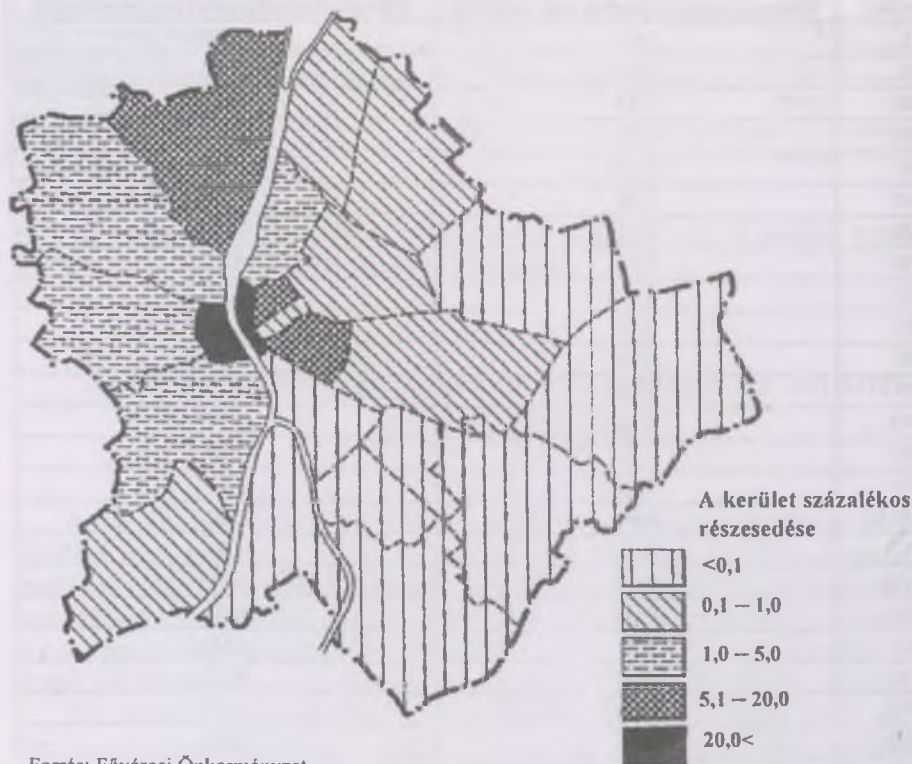
gyobb befizető – az I. és az V. kerület – az idegenforgalmi adó kétharmadát produkálja, míg a visszautaláskor már csak harmadnyi idegenforgalmi bevételre számíthat. Meg kell jegyezni, annak ellenére, hogy a Fővárosi Önkormányzat címzetten utalja vissza a kerületeknek az idegenforgalmi bevételt, azok nem kötelesek a felhasználáskor az összeget kizárólag a turizmus céljaira fordítani, mivel az forrásmegosztásra kötelezett bevétel. Előfordulhat, hogy egy kerület, ha nem tartja fontosnak a turizmus fejlesztését, akkor annak ellenére, hogy ezredrészével járul hozzá az idegenforgalmi adóbevételekhez, mégis a befizetett összeg ötvenszeresét költheti — akár szociális célokra.

A befizetett idegenforgalmi adóból (feltételezve, hogy a kereskedelmi szálláshelyek nem használják ki a kiskapukat, így az a valós bevételt tükrözi) óvatos következtetést vonhatunk le az egyes kerületek vendégforgalmát illetően. Természetesen nagyobb összegű adóbevételt azok a kerületek produkálhatnak, amelyek a legmagasabb besorolású szállodákkal rendelkeznek. Itt ugyanis egy vendégéjszakáért a többszörösét elkérhetik, mint az alacsonyabb kategóriájúakban. Nagyobb bevételre tehetnek szert azok is, amelyek területén több, de alacsonyabb minősítésű, ám egész évben nagy kihasználtságú kereskedelmi szálláshely található. A 17. ábrán jól kirajzolódik, hogy az egyes városrészek turisztikai terhelése nem minden esetben van összefüggésben a kereskedelmi szálláshelyek után befizetett idegenforgalmi adóval, ami a forrását jelentheti a turisták érkezésével kapcsolatos önkormányzati feladatok finanszírozásának.

² A Fővárosi Önkormányzattól származó adatok alapján a befizetett idegenforgalmi adó alatt az 1998-ban ténylegesen befizetett összeg kerületenkénti százalékos arányát tüntettük fel, míg a várható idegenforgalmi bevételnél az 1999-es évben, az ismertetett számítás alapján visszautalandó összeg százalékos megoszlását szerepeltetjük.

17. ábra

Az idegenforgalmi adóbefizetések területi eloszlása Budapesten



Forrás: Fővárosi Önkormányzat

A kerületi önkormányzatoknál készült interjúk során nem egyszer elhangzott, hogy az egyes városrészek pénzügyi szempontból nem érdekeltek az idegenforgalmi fejlesztésekben, mivel minden bevétel a fővároshoz folyik be. Ha figyelembe vesszük, hogy az üdülőhelyi normatív állami hozzájárulás nagysága a beszedett idegenforgalmi adó kétszerese, s ebből minden kerület részesedik – csakúgy, mint a területükről befolyt idegenforgalmi adóból –, akkor azt kell, hogy megállapítsuk, néhány önkormányzat vagy nem akar tudomást venni a turizmusban rejlő finánciális lehetőségekről, vagy hozzá nem értők döntéseinek az áldozata. Természetesen a helyi turizusból származó bevételek nem kizárólagosan az idegenforgalmi adóban realizálódnak, hanem a vendéglátás, kiskereskedelem, kulturális szolgáltatások után fizetendő iparüzési adóban is, amelyek hasonlóan az idegenforgalmi adóhoz 60–40 százalék megosztásban visszajutnak a helyi önkormányzatok költségvetésébe. Tehát az a városrész, amely színvonalas, széleskörű idegenforgalmi szolgáltatásokkal várja a vendégeket – s az értékesítésben együttműködik a Budapesti Turisztikai Hivatal szakembereivel – költségvetésében méltán számíthat a turizusból közvetlenül származó bevételekre.

Mivel a fejezet célja a városi turizmus kérdéskörének ökonómiai szemléletű megközelítése hangsúlyozzuk, hogy az önkormányzatoknak fel kell végre ismerniük, hogy a turizmus szerte Európában jól jövedelmező iparág. Nem engedhetik meg maguknak azt a luxust, hogy a területükön meglévő vonzásadottságokat ne fejlesszék, „ne tegyék fogyaszthatóvá”, vagy ne hozzanak létre újakat, annak értékesítéséről nem is beszélve.

Urry, J. [181] rámutat arra, hogy a turisztikai szolgáltatások igénybevétele nem választható le azokról a társadalmi viszonyokról, amelyekbe beágyazódnak. Amíg a területgazdák rövid távon gondolkodva a turisztikai termékek egyedi, szűk látókörű értékesítésétől remélik a bevételeket, s nem gondolkodnak komplex turisztikai termékekben és szolgáltatásokban, addig jelentősebb anyagi előnyöket sem várhatnak az idegenforgalomtól. Tehát e területen is szemléletváltásra van szükség.

A városrészük turisztikai értékeiért tenni óhajtó önkormányzatok a fővárosi idegenforgalmi bevétel egy részéből 1995-ben létrehozott *Fővárosi Idegenforgalmi Alaphoz* fordulhatnak [45] támogatásért. Ehhez pályázati úton, illetve az egyedi kérelmük elbírálásával juthatnak hozzá. Az Alap, céljai szerint, a turizmushoz közvetlenül vagy közvetve kapcsolódó, illetve azt kiszolgáló tevékenységek támogatására – az idegenforgalom kínálatát bővítő programokra, kisebb infrastrukturális beruházásokra, non-profit jellegű turisztikai szolgáltatások fejlesztésére – biztosíthat pénzügyi fedezetet. Azon fejlesztési feladatok, amelyekkel pályázni lehetne, megítélésünk szerint szinte kimeríthetetlenek, de a tapasztalatok alapján mégis meg kell jegyeznünk, hogy a legtöbb önkormányzat a városrész legfontosabb értékeit bemutató idegen nyelvű prospektussal sem rendelkezik (ha van elavult, színvonaltalan). A Fővárosi Önkormányzat az Alapból oldotta meg a nélkülözhetetlen, városképbe illeszkedő, egységes információs táblák tervezését és kivitelezését. A Rákóczi úti, kipusztulóban lévő platánfák – a környezeti ártalmakat jobban tűrő ostorfákra való – cseréje is ebből valósult meg. A Belvárosba vezető Rákóczi út környezeti állapotának javítása is azt mutatja, hogy a város vezetése milyen sokoldalúan szemléli a budapesti turizmus fejlesztését, példát mutatva a kerületek vezetésének az e téren előttük álló feladatokban.

A Fővárosi Idegenforgalmi Alap támogatása komoly szerepet játszik Budapest turizmuspolitikájában, mégis kisebb részét teszi ki a Fővárosi Önkormányzatnál maradó 60 százalékos idegenforgalmi bevétel felhasználásának. Ebből fedezik ugyanis a Budapesti Turisztikai Hivatal költségvetését, támogatják a főváros kulturális életének kiemelt nagyrendezvényeit (pl. Tavaszi Fesztivál, Budapesti Búcsú, Ferencvárosi Ünnepi Játékok, Diáksziget, Forma I. stb.), továbbá részben finanszírozzák a turizmus sikerét közvetetten befolyásoló egyes városüzemeltetési feladatokat (köztisztaság, illemhelyek).

A fizetővendéglátás szerepe Budapest turizmusában

A város turizmusból származó bevételeinek jelentős része a kereskedelmi szálláshelyeken, különösen a szállodákban realizálódik. Ezért a turizmus és a gazdaság összefüggéseinek áttekintése legtöbbször a szállodaipar kevésbé ismert területeinek vizsgálatára koncentrálódik. E helyen Budapest kereskedelmi szálláshelyeinek azt a csoportját mutatjuk be, amely a főváros idegenforgalma szempontjából a legtöbb ellentmondással bír, és amely működési mechanizmusának széles körű feltárása eddig nem történt meg. A fizetővendéglátás szerepe szerint egyrészt tehermentesíti a főváros minőségi szálláshelyeit, másrészt térbelileg és társadalmilag differenciálja a turizmust. Szabályozatlansága miatt sokáig megnehezítette a valós piaci igények számbavételét, és ezzel összefüggésben a turisztikai marketingstratégiák kialakítását is.

A fizetővendéglátás intézménye Európa több nagyvárosában az elsődleges turisztikai szuprastruktúra része, és egyúttal biztos adóbevételt jelent a helyi önkormányzatoknak, amelyek e bevételből a település fejlesztését, a turizmus helyi feltételrendszerének, így a fogadóképesség színvonalának emelését finanszírozhatják.

A fizetővendéglátás kiemelésével feltárjuk Budapest magánszoba-kiadásának sajátos működését gazdaság- és társadalomformáló szerepét, felhívjuk az olvasó figyelmét arra, miként lehetne a vizsgált szektort valóban a fővárosi turizmus szolgálatába állítani.

A fizetővendéglátás értelmezése

A fizetővendéglátásról szóló közgazdasági szakirodalom elsősorban a kérdés ökonómiai [168] és gyakorlati szempontú [31] megközelítésére koncentrál, nem tárja fel egy település vagy régió magánlakás hasznosításának teljes vertikumát, nem mutat rá annak rövid, illetve hosszú távú turisztikai és társadalmi hatásaira.

A statisztikai adatok feldolgozásán keresztül közelítő tanulmányok [70] közelebb visznek bennünket a jelenség valós szerepének értékeléséhez, azonban ritkán alkalmasak arra, hogy azokból megalapozott következtetéseket vonhassunk le a fizetővendéglátás működésének és működtetésének helyi állapotáról.

A fizetővendéglátás funkcióját tekintve elsősorban városi jelenség, s mint ilyen sok tekintetben eltér a korábbi jogszabályokban¹ is együtt értelmezett falusi magánszoba hasznosítástól, azaz a falusi turizmustól, amelynek szerepéről, jelentőségéről az utóbbi években egyre több tanulmány [82; 90] értekezik. A szerzők a jelenség terület- és településfejlesztő hatása mellett hangsúlyozzák, hogy a falusi turizmus közösségi alkotás, hisz a kihasználatlan, sok esetben értéktelennek tűnő erőforrások feltárása, piacképessé tétele és értékesítése csak a helyi társadalom összefogásával valósulhat meg. Továbbá a klasszikus fizetővendéglátással összehasonlítva, a falusi szobakiadás minőségileg magasabb szolgáltatást nyújtó területe az idegenforgalomnak. Az előbbi tapasztalatait felhasználva azonban hatékonyabban segítheti a falusi turizmus szereplőit piacképes vállalkozásaik kiépítésében. Csordás L. – Szabó G. [35] a fizetővendéglátást egyenesen a falusi turizmus előszobájának nevezi. Mivel nem célunk mélyebb elemzésekbe bocsátkozni a fizetővendéglátás és a falusi turizmus összehasonlítását illetően, mindössze csak annyit jegyzünk meg, hogy több tényező egyeden és kumuláltan érvényesülő hatása indokolja, hogy az elkövetkezendőben jelentőségének és szerepének megfelelően kerüljön vizsgálatra mind a fizetővendéglátás, mind pedig a falusi turizmus kérdésköre. Amíg előbbi a hozzá kapcsolódó esetleges szolgáltatásokkal elsősorban a városi térség idegenforgalmi szálláshelykínálatának „tartálékait” jelenti, addig utóbbi a természeti környezet, a falusi élet értékeinek felmutatásával, egyedi vendéglátással a falvak kizárólagos kapcsolódási pontjait képezi az adott térség turizmusában.

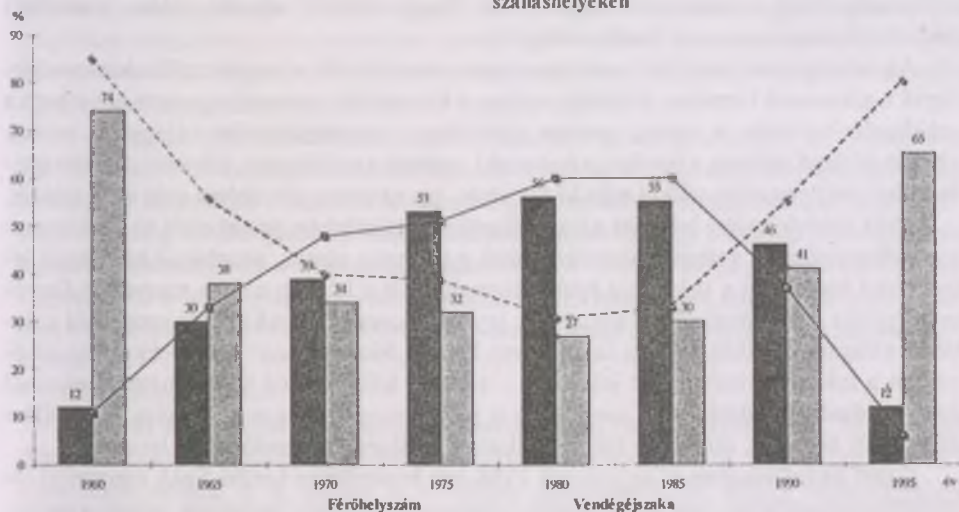
A budapesti fizetővendéglátás történeti kérdései

A magánlakások turisztikai célú hasznosításának kezdete hazánkban a '60-as évekre tehető (1960-ban 552 fizetővendéglátó férőhely várta a vendégeket Budapesten), amikortól a rendelkezésre álló kereskedelmi szálláshelykínálat (elsősorban szállodakapacitásunk) nem tudta már kielégíteni a politikai enyhülés és az általános gazdasági növekedés motiválta bővülő piaci igényeket. Amíg a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek nö-

¹ 49/1983 (XII. 1.) MT sz. rendelettel módosított 12/1978 (IV. 1.) MT sz. rendelet

18. ábra

Férőhely és a vendégéjszakák számának alakulása a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken



Forrás: KSH

Fizetővendéglátás Szálloda Fizetővendéglátás Szálloda

vekedési üteme 1960 és 65 között 2,6 szoros volt, addig ugyanebben az időszakban a fizetővendéglátás 6,5 szörös növekedést ért el, és ezt a tendenciát a szállodai férőhelyek növekedési ütemét is meghaladva egészen 1985-ig meg is tartotta. A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykínálatán belül 1970-re már többségi helyzetbe került a fizetővendéglátás, 1990-ig megőrizve ezt a pozícióját (18. ábra). A turisztikai szakemberek számára mérvadó mutatót, a vendégéjszakákat tekintve azonban már 1970-ben átveszi a szállodáktól a vezető szerepet.

A főváros '30-as években virágkorát élő panziói a világháborút követően fokozatosan megszűntek, így szükségszerűen adódott, hogy a lakásállomány azon része, amely megfelelt az idegenforgalmi igényeknek, és főbérletjének vagy tulajdonosának módjában állt a turisztikai célú értékesítés, a budapesti kereskedelmi szálláshelykínálat részévé vált. A fizetővendéglátás előnye az volt, hogy központi vagy vállalati beruházások, erőforrások kihelyezése nélkül adott lehetőséget a budapesti szálláshely-kapacitás gyors bővítésére, és emellett kiegészítő jövedelemhez juttatta a lakosságot.

Az eredetileg szükségmegoldásként született fizetővendéglátó szektor a '70-es évek végére meghatározóvá vált az idegenforgalmi célú elszállásolásban (1977-ben már 17950 fizetővendéglátó-férőhellyel rendelkezett Budapest), ezért 1978-tól minisztertanácsi rendelet szabályozta – a kor szellemének megfelelően – működését. E rendelet csak utazási irodákon, idegenforgalmi hivatalokon, valamint a belkereskedelmi miniszter által feljogosított más szerveken (vállalatok) keresztül engedélyezte a magánszállások hasznosítását. Ugyanebben az évben az addigi fix ár helyett bevezették a szabad ár alkalmazását a fizetővendéglátásban. A lineáris progresszív adózást pedig a sávós progresszív adózás váltotta fel [128]. A lakosság közvetlen, a hivatalos közvetítőt mellőző szállás-hasznosítása azonban már ekkor kivédhetetlen volt, ezért egy 1983-ban hozott újabb minisztertanácsi rendelet egységes szabályozást vezet be: minden idegenforgalmi célú és kereskedelmi jellegű magánszállás-hasznosítás fizetővendéglátásnak minősül, és ezek működését a továbbiakban tanácsi (önkormányzati) engedélyhez köti.

Ettől kezdve – értékesítését tekintve – hivatalosan két típusát különböztethetjük meg

a fizetővendéglátásnak, egyik a hazai közvetítőn keresztül értékesített, *szervezett*, a másik a lakosság által a vendégnek közvetlenül (vagy külföldi utazási irodán keresztül) értékesített, *nem szervezett* fizetővendéglátás.

Az adózás szempontjából már három csoportra bomlik a magánszállás-hasznosítás. *Egyik* a szervezett formához kötődik, amikor a közvetítőn keresztül nyomon követhető a szállásadó bevétele, a *másik*, amikor kizárólag a vendégkönyvbe bejegyzett adatok alapján kérhető számon a bevétel, a *harmadik*, amikor a szállásadó „feketén”, tanácsi (önkormányzati) engedély nélkül adja ki szállását, így ezután a jövedelem után nem adózik.

1988 fordulópontot jelentett a hazai fizetővendéglátásban, mivel ettől az évtől a magyar állampolgárok számára liberalizálódott a nyugatra utazás, azonban a kínálkozó lehetőséget korlátozta a valutához jutás nehézsége. Ez a helyzet a nem szervezett fizetővendéglátás aránynövekedését idézte elő. Így hasznosnak tűnt a külföldi vendégtől valutában elfogadni a lakás, vagy a szoba bérét, hisz a „feketepiacon” – ami ekkoriban elsősorban a rokon és baráti kört jelentette – a banki árfolyamhoz képest némi haszonnal lehetett túladni a valután, de a vendégnek is jobban megérte, ha nem váltotta át a szállásdíjra szánt összeget, mivel így megtakarította a váltásért fizetendő banki levonást.

Ezzel párhuzamosan az ugyancsak 1988-ban bevezetésre kerülő SzJA (személyi jövedelemadó) azonban már a szervezett fizetővendéglátásnak kedvezett, mivel a turisztikai vállalatokon keresztül értékesítő vendéglátó a fizetővendéglátásból származó bevétel 40 százalékát tekintette adóalapnak, míg a nem szervezett vendéglátás a 60 százalékát. Tehát az adózás szempontjából érdemesebb volt közvetítőt igénybe venni az értékesítés során, mivel így kedvezőbb feltételekkel adózhatott a bérbeadó.

A kormány 1990-től megváltoztatta a korábbi, turisztikai vállalatok számára kedvező helyzetet a fizetővendéglátásban azzal, hogy egységesen a bevétel 70 százalékát veszi adóalapnak tekintet nélkül arra, hogy szervezett, vagy nem szervezett formában értékesíti a tulajdonos a szállást. Ez újabb fordulópontot jelentett a hazai fizetővendéglátásban, mivel ezzel végképp elvesztette vonzerejét a közvetítő igénybevétele.

A fizetővendéglátás funkciói

A városi fizetővendéglátás alatt lakások, illetve azok egyes részeinek valamint a hozzá tartozó helyiségeknek meghatározott időre, bel- és külföldi vendégek részére, elszállásolás céljára történő használatba adását értjük. A fizetővendéglátás idegenforgalmi célú szálláshely-hasznosítás, így funkcióját és célját tekintve eltér az elsősorban lakásszükséglet kielégítését célzó albérlési rendszertől is.

Társadalmi funkció:

— Az üzemeltető *vendéglátó kiegészítő jövedelemhez jut*. A budapesti fizetővendéglátás „hőskorában”, az akkori lakáspiaci okokra visszavezethetően, nem a több lakástulajdonnal rendelkező vendéglátó kizárólagos üzleti tevékenysége, hanem a lakáskölcsön törlesztésén fáradozó fiatalok, illetve a nyugdíjasok jövedelem kiegészítése volt a meghatározó ebben a szektorban.

— *A városi szolgáltató szféra bővül*, a benne résztvevő vendéglátó szolgáltató magatartása kialakul. A fizetővendéglátó idegenforgalmi céllal adja bérbe szobáját, lakását, tehát tevékenysége révén bekapcsolódik a szolgáltató szektorba, hosszútávon anyagi érdekévé válik, hogy minél színvonalasabb ellátást kínáljon vendégeinek. Eközben az ő igénye is formálódik a gazdaság és a társadalom egyéb szektorai felé. Ez a szolgáltató és szolgáltatást igénybe vevő magatartás fejleszti a szektort, és a fejlődés társadalmi szinten is jelentkezik.

— *Nyelvtanulásra ösztönöz.* Azzal, hogy bizonyos helyzetekben elengedhetetlen a külföldi vendéggel való kommunikáció, a vendéglátó kénytelen egy idegen nyelvet alapfokon elsajátítani, és a közvetlen társadalmi környezetét is erre motiválja. A nyelv ismeretében már nemcsak az ellátásra szorítókozó párbeszéd folyik vendég és vendéglátó között, hanem egymás kultúrájával való megismerkedés is.

— *Közvetlen és kölcsönös társadalmi kapcsolat alakul ki a vendég és vendéglátója között.* A külföldi vendég emberközelibb képet kap az országról, és a település gazdasági, társadalmi helyzetéről. Szállása környezetében személyes tapasztalatokat szerezhet a helyi lakosság életmódjáról. A vendéglátó pedig anélkül, hogy elhagyná az országot (ez a szocializmusban nem volt gyakori) tájékozódhat a vendég hazája polgárai életviteléről. Ugyanahhoz a vendéglátóhoz való többszöri visszatérés esetén barátság is kialakulhat, ami későbbiekben – kiiktatva a közvetítőt – a szívességi alapon történő visszahíváshoz is elvezethet.

Gazdasági funkciói:

– Bővíti és differenciálja a fővárosi kereskedelmi szálláshelykínálatot. A fizetővendéglátás bekapcsolódásával jelentősen bővült Budapesten az idegenforgalmi célú férőhelyek száma, s e mellett a vendégek igényüknek és anyagi lehetőségüknek megfelelően választhatnak az immár differenciáltabb szálláshelykínálatból.

– Területileg terjed a külföldiek mozgásterét a fővárosban. A külföldi vendégek területhasználata a városközpontba koncentráló szállodakapacitás következtében korlátozott volt. Azzal, hogy a fizetővendéglátás kínálata bekapcsolja a zöldövezetet is, az ott megszálló vendégek igénye ösztönzi a másodlagos szuprastruktúra kiépülését és növeli a terület szolgáltatóinak bevételeit.

– Lehetővé teszi az „árualap” bővítését az utazási irodáknak. A magánszállások értékesítésébe bekapcsolódó turisztikai vállalatok profilja bővül, az irodákat eredetileg címajánlat miatt felkereső külföldi a későbbiekben ugyanannak az irodának más szolgáltatását (pénzváltás, programkínálat) is igénybe veszi.

– A központi és a helyi adóbevételeket növeli. A központi költségvetés beruházás nélkül jut a vendéglátó évi bevétele után személyi jövedelemadóhoz és ÁFA bevételhez. Ezen túl a helyi önkormányzatok idegenforgalmi adóbevételeire is számíthatnak.

A fizetővendéglátás piaci előnyei

Ahhoz, hogy megértsük, és reálisan értékelhessük a fővárosi fizetővendéglátás jelen állapotát, fel kell tárnunk az általunk vizsgált funkcióval kapcsolatos emberi (egyéni, csoportos, lokális) érdekeket is. Ha ezeket figyelmen kívül hagyva próbáljuk az adott jelenséget vizsgálni, hamis képet kapunk.

A *szervezett fizetővendéglátás* normál piaci viszonyok és jól szabályozott törvényi környezetben a magánszállás-hasznosításban közvetlenül (közvetítő, a vendéglátó, a vendég) és közvetve érintett felek (önkormányzatok, turisztikai szervezetek) mindegyikét hosszú távon szolgálja.

A közvetítő a vendéglátók bejelentkezése révén igényes szolgáltatást tud nyújtani vendégeinek azáltal, hogy a piac elvárásának megfelelően tudja – a minőségi osztályba sorolás biztosítékával, területileg és árkategóriaként differenciálva – a szállások széles kínálatát ajánlani. Sikeres üzletpolitika esetén – a közvetítésért cserébe – jutalékra, bevételre tesz szert. Azok az utazási vállalatok, amelyek fizetővendéglátás közvetítéssel is

bővítették kínálatukat, számíthatnak arra, hogy a vendég náluk váltja be valutáját, bejelentkezik a vonzó városnéző, kulturális és egyéb programokra is. Igénybe vesz esetleg más turisztikai szolgáltatásokat. Ezekből az adott iroda további bevételekre tesz szert. Amennyiben mindezt magas színvonalon űzi, akkor a vendég visszatérésére, és baráti körének jelentkezésére is számíthat.

A vendéglátó – az utazási irodához való bejelentkezéssel – mentesül a marketing feladatok alól. Bérleményét meghatározott kritériumok alapján osztályba sorolják, így optimális forgalom esetén bevételét is tervezheti, ösztönzést kap a fejlesztésre, ezzel piacképességét növeli. Adózási kötelezettségét a közvetítő segíti, sőt nem szükséges az idegenforgalmi adó befizetésével sem foglalkoznia, hisz azt is a közvetítő intézi.

A vendég még az utazás megkezdése előtt, időben biztosíthatja a kívánt kategóriájú és árfekvésű szállást. A szerződést az irodával köti, így nincs kiszolgáltatva a vendéglátó esetleges visszaéléseinek. Az utazási irodától garanciát kap a színvonalas szállásszolgáltatásra. A szálláson túli, egyéb szolgáltatásokért bármikor fordulhat a közvetítő irodához.

Az önkormányzatok a valós forgalom után számíthatnak az idegenforgalmi bevételeikre, és a fizetővendéglátáshoz kötődő illetékekre.

A turisztikai szervezetek képesek nyomon követni a fizetővendéglátás valós forgalmát, a benne résztvevők csoportspecifikus összetételét. Reális statisztikai adatfelvétellel egyedül az utazási irodákkal szerződésben álló fizetővendéglátás forgalma után van lehetőség [24].

A *nem szervezett fizetővendéglátásban* előnyről csak abban az esetben beszélhetünk, ha tudomásul vesszük, hogy a jelenlegi piaci viszonyok és törvényi környezet a – feltárhatatlan sorozatos szabálysértések mellett – egyedül a vendéglátó rövid távú érdekeit szolgálják.

A vendéglátó nem kéri a közvetítő szerepvállalását az értékesítésben, így nem kell azzal számolnia, hogy osztályba sorolják bérleményét, ezzel meghatározva az érte kérhető összeget, tehát a vendéggel szemben szabad árat alkalmazhat. Esetenként a vendégtől valutában kéri a bérleti díjat (amivel a devizajogszabályt sérti meg), míg az utazási irodától csak forint átutalás érkezne. Mivel az irodák csak bizonyos időközönként utalnak a bérbeadóknak, ezért a várakozási időt is kikerülheti, azonnal pénzéhez jut. Vendégforgalmának nyoma csak az általa kötelezően vezetett vendégkönyvben van – amennyiben vezeti – csak ezután kell jövedelem, és idegenforgalmi adót fizetnie. Természetesen a vendéglátónak számolnia kell a hatóságok esetleges ellenőrzésével, és szabálytalanság esetén kénytelen büntetést fizetni. Ennek kiküszöbölése a „fekete” fizetővendéglátás, amikor önkormányzati engedély nélkül – ellenőrizhetetlenül – végzi tevékenységét a vendéglátó, beláthatatlan károkat okozva a helyi turizmusban.

A budapesti fizetővendéglátás helyzete

Egyes szakértők már a rendszerváltozás időszakában „liberalizált káosznak” nevezték, és olyan taxihoz hasonlították a budapesti fizetővendéglátás helyzetét, amiben nincs taxaméter. Felhívták a figyelmet arra, hogy ebből a szférából is valuta és forint milliók vándorolnak át a feketegazdaságba a kormány hibás gazdaságpolitikája miatt.

Néhány évvel később a téma befagyasztásáról, az Országos Idegenforgalmi Hivatalon belüli érdekellentétekről értekezik Antal K. [6], a kérdés egyik hazai szakértője, a turisztikai szakma leginkább rendezendő problémája közé sorolva a fizetővendéglátást.

Egy 1996-os sajtónyilatkozat szerint az akkori állapotokat továbbra is a forgalom és a jövedelem ellenőrizhetetlensége jellemezte.

Az alábbiakban a budapesti helyzetkép feltárásával, a tevékenységi kör működési, működtetési elemeinek vizsgálatával igyekeztünk közelebb kerülni annak megválaszolásához, hogy vajon kinek az érdeke a „káosz” fenntartása. Ennek érdekében 1989-től 1998-ig feldolgoztuk a KSH által publikált adatokat. Mélyinterjút készítettünk a fizetővendéglátásban leginkább érintett kerületi önkormányzat illetékes tisztviselőjével, továbbá egy a fizetővendéglátással meghatározó mértékben foglalkozó közvetítő munkatársával. Reprezentatív kérdőíves felmérést végeztünk két budapesti kerületben a fizetővendéglátással foglalkozók körében.

A statisztika tükrében

1989 és 1998 között a kereskedelmi szálláshelyként nyilvántartott férőhelyek száma Budapesten (28. táblázat) közel 30 százalékkal csökkent. Azonban tetten érhető kedvező változás is. A vizsgált időszakban a minőségi turizmust meghatározó szállodai férőhelyek száma ugyanilyen mértékben növekedett. A fizetővendéglátás látszólagos összeomlását a 92 százalékos férőhelyszám csökkenés mutatja. Amíg 1989-ben a fizetővendéglátás a szállodai kapacitáshoz képest is meghatározó helyet (48,5 százalék) foglalt el a főváros idegenforgalmi szálláshely kínálatában (nem véletlenül írták a publicisták, hogy „Budapest legnagyobb szállodája”), addig 1998-ra szerepe - a statisztika szerint - jelentősen visszaesett (5,6 százalék).

28. táblázat Férőhelyek száma a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken

	1989	1990	1992	1994	1996	1998
Összes	50375	49132	43944	39574	37867	35611
Szállodai	19580	20451	23612	24813	24657	25845
Szállodai az összes százalék-ban	38,8	41,6	53,7	62,7	65,1	72,6
Fizetővendéglátó	24459	22602	11279	6053	4028	1979
Fizetővendéglátó az összes százalék-ban	48,5	46	25,6	15,3	10,6	5,6

Forrás: KSH

A fizetővendéglátó férőhelyek nagyarányú csökkenésének csoportspecifikus okaira világít rá a 29. táblázat, amely jól mutatja, hogy 1989-ben a kereskedelmi szálláshelyeken belül a fizetővendéglátás bonyolította a belföldi turizmus közel 90 százalékát és közel 30 százalékkal a főváros aktív turizmusában is szerepet vállalt. Mára alig hetedére csökkent a belföldi turizmusban játszott jelentősége, és 1,2 százalékkal szinte elenyésző az aktív turizmus vendégéjszakáinak az aránya. A rendszerváltozáskor – a megfizethetetlennek tűnő magas szállodaárak miatt – a belföldi turizmusban résztvevők számára elfogadható alternatívát jelentett a fizetővendéglátás igénybevétele, akár klasszikus turista céllal ke-resték fel a fővárost, akár hivatalos úton voltak. A külföldi vendégéjszakák száma ugyanekkor elsősorban a szocialista relációból érkező vendégeket tükrözte, akik igény szint-jének kiválóan megfelelt a magánszállások nyújtotta szolgáltatás. Mára a magyar lakosság kedvezőtlen anyagi helyzete miatt a belföldi turizmus megrendült, a fize-tővendéglátásban regisztrált belföldi vendégéjszakák elsősorban a kisebb vidéki vál-lalkozások utazó ügynökeit, az egy-egy konferenciára, vagy értekezletre, illetve kul-turális rendezvényre érkező kispénzű értelmiségit takarják. A kedvezőbb anyagi felté-telekkel rendelkező vállalkozások munkatársai inkább a panziókat vagy szállodákat

**29. táblázat A fizetővendéglátás forgalma
a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken belül (százalék)**

	1989	1990	1992	1994	1996	1998
Belföldi vendégéjszaka	89,4	87	53,5	29,7	17,1	14,8
Külföldi vendégéjszaka	28,7	18,3	10,7	4,5	2,3	1,2
Összes vendégéjszaka	48	37,3	18,8	8,7	4,4	3,6

Forrás: KSH

30. táblázat Átlagos tartózkodási idő vendégenként Budapesten (éjszaka)

	1989	1990	1992	1994	1996	1998
Kereskedelmi szálláshelyek	4,4	3,8	3,0	2,7	2,6	2,6
Fizetővendéglátás	12,8	12,2	10,3	8,6	7,6	9,2

Forrás: KSH

veszik igénybe. Az egyes volt szocialista országok gazdasági nehézségei – és az új desztinációk megjelenése – miatt a térségből nem érkezik a fizetővendéglátást korábban igénybe vevő átlag turista hozzánk. A nyugati, vagy tengerentúli vendég számára ritkán nyújt elfogadható szolgáltatást a fizetővendéglátó szektor, így igénybevétele gyakorlatilag minimális.

A fizetővendéglátással kapcsolatosan, figyelemre méltó jelenségre mutat rá a 30. táblázat. A vizsgált időszakban a fizetővendéglátó-helyeken eltöltött átlagos tartózkodási idő – annak ellenére, hogy 1996-ig nominálisan csökken – közel háromszorosa a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött tartózkodási időnek.

Ennek oka elsősorban a fizetővendéglátás kedvezőbb árfekvésének köszönhető. Itt kell hangsúlyoznunk azt is, ha a vendég hosszabb időn keresztül veszi igénybe a város idegenforgalmi szuprastrukturájának szolgáltatásait, magasabb lehet a költséghányada, és ezzel növekednek a város bevételei is. A turisztikai szakembereknek jobban figyelembe kell venni, hogy az elérhető árú, az előírt paramétereknek megfelelően, fizetővendéglátás szorgalmazása hosszútávon jövedelmezővé válik, mert az azt igénybevevő vendég kiadásai a kapcsolódó szolgáltatásokban is megjelennek.

Egy felmérés tükrében

A „direct-mail” módszerrel készített felmérésünk során 1996-ban az V. kerület és az I. kerület 260 nyilvántartásba vett fizetővendéglátóját kerestük meg postai úton kérdőívünkkel. Többek között a tevékenységet végző vendéglátó és a szolgáltatást igénybevevő csoportspecifikumára, a forgalom jellegzetességeire, és a valós vendéglátás formájára voltunk kíváncsiak. Ezekre tudományos következtetést nem kívánunk alapozni, mégis a felmérés néhány tanulsága érdemes a közzétételre.

♦ A bérbeadók nem lépik túl az önkormányzatnál bejelentett fogadási kapacitást. A nyilvántartás szerint egy bérleményben átlag 2,8 vendég szálláshelyre fér el, a felmérés egységeként 2,9 férőhelyátlagot regisztrált.

♦ A vendéglátók 46 százaléka nem lakik a kiadásra kínált egységben, tehát rendelkezik egy második ingatlanal is, a kiadott lakást turisztikai céllal tartja fent, jövedelemszerző, jövedelemkiegészítő tevékenység céljából.

♦ A vendéglátók 60 százaléka szervezett fizetővendéglátást folytat, azaz igénybe veszi a közvetítő szolgáltatásait, közülük legtöbben az IBUSZ-t nevezték meg közvetítőjüként. Előfordult olyan eset is, hogy a fizetővendéglátó-egységet egy cég bérli hosz-

szű távon külföldi alkalmazottjának. A közvetítőt nem alkalmazó vendéglátók ismerős vagy külföldi újsághirdetés útján propagálják egységüket, de a többség ebben a kategóriában visszatérő vendégeire, illetve azok barátaira alapozza vendégkörét.

- ♦ A vendéglátók legalább egy idegen nyelvet alapfokon beszélnek ez az angol, német, vagy orosz nyelv, de a felsőfokú nyelvismeret sem ritka (20 százalék)

- ♦ Meglepően széles a küldő országok köre. A legtöbb vendég az USA-ból, Németországból és Izraelből érkezik.

- ♦ Egy vendég átlag 8,1 éjszakát tölt el alkalmanként a fizetővendéglátás céljára szolgáló ingatlanban (az 1996-os hivatalos statisztika is közelíti ezt az adatot a 7,6-os vendégéjszakai átlaggal).

- ♦ A vendéglátók közel 20 százaléka vesz részt vendége programjának összeállításában azzal, hogy az általa szállodákból, utazási irodákból, Tourinformokból beszerzett prospektusokat felhasználva ajánl fővárosi programokat, esetleg személyesen is segíti a városnézésben.

- ♦ Figyelemre méltó, hogy szálláson túl, egyéb szolgáltatást (félpanziós ellátás) csak egyetlen vendéglátó kínál.

- ♦ Bevallásuk szerint a vendéglátók éjszakánként és fejenként átlagosan 1930 forintot kérnek vendégeiktől. Nem volt ritka az olyan válaszadó sem, aki nem titkolta e szektor jövedelmezőségének lehetőségeit, így 50000.-tól 200000 forintos, lakásonkénti havi bérleti díjat is megjelöltek (1660 – 6600 Ft/éj).

- ♦ A vizsgált kerületek morfológiai képe nek megfelelően a fizetővendéglátásba bevont lakások mindegyike társasházi öröklakás.

- ♦ A vendéglátók korát vizsgálva megállapíthatjuk, a fiatal munkaképes korúak (15–39 év) alig (12 százalék) vesznek részt a fizetővendéglátásban, inkább az idős munkaképes korúak (40–59 év) és az öregek (60 év felett) esetében meghatározó (39–39 százalék) ez a tevékenység.

- ♦ Iskolai végzettségük szerint e tevékenység folytatói között domináns (56 százalék) a diplomások aránya, az érettségizettek is meghatározó mértékben (30 százalék) vesznek részt a fizetővendéglátásban, míg a szakmunkásképzőt, illetve kizárólag az általános iskolát végzettek aránya csekély (7–7 százalék).

A kérdőíves felmérés eredményét összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a fővárosi fizetővendéglátó-egységek többsége elhelyezési lehetőségeit tekintve – a szállodák, illetve a panzióknak megfelelően – alkalmas kettő plusz egy vendég fogadására. Azok az egységek, amelyek a vendéglátó nem állandó lakhelyei – a lakás egyéb helyiségeit is igénybe véve – apartmanként szolgálhatnak a vendégeknek. A tevékenységüket legalizált – tehát önkormányzati engedéllyel rendelkező – szállásadók fele-fele arányban vesznek részt a szervezett, illetve nem szervezett fizetővendéglátásban.

A vendégek közel nyolcnapos átlagos tartózkodási ideje elegendő arra, hogy az adott környezetről átfogóbb és a valósághoz közelebb álló képpel térjenek haza, mint a szállodákban, vagy panziókban lakók.

A fizetővendéglátást igénybevevők nem részesülnek a minőségi turizmus normáinak megfelelő vendéglátásban, a legritkább esetben kapnak programajánlatot, vagy bármely, az idegenforgalomban elvárható kiegészítő szolgáltatást. Tehát társadalmi értelemben nem, de turisztikai értelemben elszigeteltté válnak. A fizetővendéglátás legális – az adóalapot képező – szállásdíja (1930 Ft) alatta marad az egy csillagos fővárosi szállodaszoba átlagárának (2605 Ft).

A vendéglátó tevékenységet folytatók körét értékelendő, a fiatal munkaképes korúak

alacsony arányú részvétele azzal magyarázható, hogy a családalapítást követően nem áll módjukban az egész lakást, vagy annak egyik szobáját bérbe adni, még akkor sem, ha anyagiilag rá is lennének szorulva. Az idős munkaképes korúak esetében feltételezhető, hogy anyagi státuszuknál fogva lehetőségük volt egy második lakás megvételére, amit bérbe adnak, vagy gyermekeik felnővén, önálló lakásba költözve marad egy üres szoba, amit hasznosítanak. Az idős korúak bérbeadási tevékenysége magyarázható az üresen álló szobákkal, és az elfoglaltság valamint a bevétel szükségességével is. A vizsgált területen a fővárosi átlaghoz képest is magasabb a lakosság között a diplomások aránya, így nem meglepő, hogy az ott élő bérbeadók többsége diplomás. Mégis elmondható, hogy ehhez a szolgáltató tevékenységhez a megfelelő intelligencia és műveltség kell, és annak belátása, hogy jövedelmezőbb és a társadalmi kapcsolatokat tekintve is kedvezőbb külföldieknek kiadni a bérleményt, mint albérletként értékesíteni.

A fizetővendéglátás szerepének értékelésekor tanulságos eredménnyel szolgál a KSH által 1994-ben végzett reprezentatív felmérés is [59], amelyben többek között a Budapestre látogató külföldiek kiadásainak összetételét vizsgálták szállástípusok szerint. A 31. táblázatban kiemeltük a szállodában, illetve a fizetővendéglátásban megszálló turista mellett a Budapestre látogató átlagos külföldi vendég napi szolgáltatásokra és árucikkekre fordított kiadásait is, hogy szemléltessük, a fizetővendéglátó-szektorban megszálló vendégek gazdaságélénkítő szerepét, és a költségössztönzés lehetséges területeit.

A fizetővendéglátásban megszálló külföldi vendég napi kiadásai jelentősen elmaradnak a szállodai vendégektől, de az átlagként értelmezett vendégtől is. Ennek fő oka az, hogy ez a szektor nem viselkedik turisztikai értelemben vendéglátóként, szolgáltatásaival, programkínálatával, tájékoztatásával nem motiválja a külföldi turistát a költsékezésre. Nem érvényesíti multiplikátor hatását sem Budapest gazdasági életében [126]. A nem megfelelő vendéglátói magatartás miatti bevételkiesés nem elsősorban a szállásdíj kisebb összege okán jelent hátrányokat, hanem a ki nem használt vendéglői ellátás, az igénybe nem vett turisztikai szolgáltatások és a városi közlekedésben való mérsékeltebb részvétel profitelmaradása miatt. Ha ehhez hozzátesszük, hogy a hiányosan vezetett vendégkönyv, illetve a „fekete” szobakiadás is számottevő kiesést jelent a költségvetésnek, amely elesik az adóbevételtől, akkor azt mondhatjuk, hogy a fizetővendéglátás *ma sem idegenforgalmi, sem gazdasági értelemben nem szolgálja Budapest turizmusát.*

31. táblázat A külföldiek átlagos napi szolgáltatásokra és árucikkekre fordított kiadásai forintban 1994-ben Budapesten

	Szállodában lakó	Fizetővendéglátást igénylő	Átlagos látogató
Naponta összesen	7951	3809	4255
Ebből:			
– szállásdíj	3208	789	314
– vendéglői ellátás	1327	829	647
– ételmszer	495	419	450
– ruházat	732	572	890
– vegyesiparcikk	1373	820	1454
– egészségügyi cikkek	54	37	94
– közlekedés	205	149	178
– szolgáltatás	497	151	181
– egyéb	59	43	48

Forrás: KSH

Az önkormányzati szerepvállalás a fizetővendéglátásban

Mivel a korábban már hivatkozott MT rendelet önkormányzati engedélyhez kötötte a fizetővendéglátó tevékenységet, így az önkormányzatoknak nyilvántartást kellett vezetni a kiadott engedélyekről. Sőt az 152/1992 (XI. 20.) számú kormányrendelet értelmében statisztikai adatszolgáltatási kötelezettségük is volt a kerületben működő kereskedelmi szálláshelyek kapacitásáról. Ehhez képest az önkormányzatoknál készült interjúk során fény derült arra, hogy egyes kerületi önkormányzatok nem vesznek tudomást a jogszabályokban előírt kötelezettségükről. A főváros II., IV., XV., kerületi önkormányzata nem regisztrálja a magánszoba-kiadást, a XIII. kerületben 1994 óta nem követik nyomon az engedélyek kiadását. Feltételezhető, hogy addig sem volt teljes a regisztráció, ugyanis az akkori nyilvántartásuk szerint 10 135 fizetővendéglátó-férőhellyel rendelkezett a városrész. A KSH adatai alapján ebben az évben egész Budapesten 6053 férőhely volt a szektorban. A fenti önkormányzatok azonban mégsem követtek el jogsértést. Kihasználtva az 1993. évi (LXXXVIII) lakástörvény 1. számú mellékletében biztosított jogszabályt – amely hatályon kívül helyezte az 12/1978 (III. 1.) MT rendeletet – örömmel szabadultak meg egy igazgatási feladattól, az engedélyek kiadásától és ezzel a fővárosi fizetővendéglátó férőhelyek regisztrálásától³. Az önkormányzatok fenti magatartása nagyon jó példája annak, ha a területgazda nem látja közvetlen érdekeltiségét valamely városi funkció működtetésében, akkor – akár jogszabályi előírásokra is hivatkozva – hagyja átcúsúzni esetleges bevételeit a „fekete gazdaságba”. Arról nem is beszélve, hogy az általunk is elemzett statisztikai adatok hitelessége a regisztráció megszűnése fényében erősen megkérdőjelezhető. Nem szabad csodálkozni azon, ha erősödik a nem szervezett fizetővendéglátás akkor, amikor némely önkormányzat – érdeke ellenében – a legminimálisabb ellenőrzési kötelezettségének sem tesz eleget. A jelenlegi (1996) kaotikus helyzetben (az I., az V., a VI., a XVI., a XVII. kerületben továbbra is folyik az engedélyek kiadása és a regisztráció) nincs más kiút, mint felülvizsgálni a korábban kiadott engedélyeket, és elérni, hogy minden érintett tisztában láthasson a fizetővendéglátás működőképességének kérdésében.

Az adatközlésre általunk felkért V. kerületi Önkormányzat jól felfogott érdeke szerint vezeti a fizetővendéglátó engedélyek nyilvántartását, amely alapot adhat bizonyos általános érvényű következtetések megalapozására (32. táblázat).

1990 és 1996 között az V. kerületi önkormányzat 353 új fizetővendéglátó-egység működtetésére adott ki engedélyt (az engedély – amiért 800 forint illetéket kellett fizetni – elvileg addig érvényes, amíg a kérelmező vissza nem adja, vagy szabálysértés miatt azt tőle vissza nem vonják), és ez idő alatt 127 esetben jelentették be a fizetővendéglátó tevékenységük megszűnését. 1990 óta folyamatosan csökken a fizetővendéglátó-engedélyért folyamodók száma a kerületben, ami magyarázható egyrészt a piac telítődésével, másrészt a „fekete” szobakiadás térnyerésével.

32. táblázat. Fizetővendéglátó engedélyek száma az V. kerületben

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996*
bejelentkezés	136	86	59	38	27	3	4
megszüntetés	60	36	17	11	2	1	0

Forrás: V. kerületi Önkormányzat * 1996 június 31-ig

³ 110/1997 (VI. 25) Korm. rendelet szabályozza a magánszálláshelyek idegenforgalmi célú hasznosítását, amelynek legfontosabb pontja a nyilvántartásba vételi kötelezettség és a kedvezőnek mondható átalányadózás választásának lehetősége

Az engedélyért folyamodó polgárok gyakran nincsenek tisztában azzal, ha szüneteltetni kívánják a fizetővendéglátó tevékenységet, vagy az engedélyben szereplő egy szoba helyett kettőt szeretnének kiadni azt is be kell jelenteni az önkormányzatnak. Így fordulhatott elő, hogy a felmérés során használt kérdőívre az a válasz érkezett, hogy a polgár már évek óta nem folytat ilyen tevékenységet. Egy feledékenyebb azt írta vissza, hogy ő sosem adta ki a lakását. Olyan válasz is akadt, amelyben az szerepelt, hogy ő csak ki akarta adni, aztán meggondolta. Az ilyen felelőtlen állampolgári magatartás miatt nem lehet ma pontosan tudni, hogy valójában hányan is élnek a náluk lévő fizetővendéglátó engedéllyel, azaz a kínálat áttekinthetetlenné vált, s mivel az osztályba sorolás csak a szervezett fizetővendéglátás esetén kötelező, ezért a mennyiségi mutatókon túl, a minőség sem követhető nyomon.

Az önkormányzat minden engedélymásolatot megküld az illetékes APEH kirendeltségnek (pontosan jelölve a kiadó szobák számát, férőhelyszámot), amelynek jogában áll ellenőrizni, hogy a bejelentett szobát, vagy férőhelyet kiadták-e az adott esetben. Természetesen ezt összevetik a vendégkönyvbe bejegyzett adatokkal. A fizetővendéglátó-engedély kiváltásakor be kell jelentkezni az adóhatósághoz (adószámot kap a fizetővendéglátó) és választani kell a rendelkezésre álló adófizetési alternatívák közül [162]. Tehát a tevékenység szüneteltetését is jelezni kell, máskülönben ellenőrzéskor a lakásban tartózkodó, oda be nem jelentett személyek miatt büntetést róhat ki a hatóság. Sajnos ma nincs kölcsönös információcsere-kötelezettség az APEH és az önkormányzatok között, így előfordulhat, hogy az APEH-nél bejelenti a tevékenység megszüntetését, de az önkormányzat nem tud róla, így továbbra is nyilvántartásban tartja az illetőt.

Amíg az idegenforgalmi adót a fizetővendéglátó tevékenységet folytató állampolgár nem a Fővárosi Önkormányzatnak, hanem közvetlen a kerületi önkormányzatnak fizette be, addig tetten érhető volt a helyi önkormányzat érdekeltsége a fizetővendéglátás nyilvántartásában. Amióta azonban az „újraelosztásos” rendszer él, nem érdekelt az önkormányzat, így az ellenőrzésre is kevesebb energiát fordít. A vendéglátók a legális szférából való kilépésüket gyakran azzal indokolják, hogy a közvetítők a folyamatos kihasználtságához „csúszópénzt” vártak el tőlük. Előfordult olyan eset is, hogy az iroda lekötötte az egész szezont – kedvezőtlen piaci pozíciójára hivatkozva – mégsem küldött vendéget a fizetővendéglátónak, így annak jelentős kára származott.

Természetesen látni kell azt is, hogy az engedélyek visszaadásában közrejátszik napjaink erkölcsi válsága is. Akinek már jól bejáratott klientúrája van – esetleg szívességi alapon adja át szállását a vendégének –, úgy gondolhatja, nincs szükség tevékenysége legalizálásához, hisz ki tudná nyomon követni a fővárosban zajló lakásprivatizációs hullámban [93], hogy ki a valódi tulajdonos. Esetleg egy rosszindulatú szomszéd tehet feljelentést az APEH-nél, de reménytelen minden bejelentést kivizsgálni.

A hazánk lakosságát jellemző vendégszeretet és a hagyományos magyaros vendéglátás városi térben történő karakterisztikus megjelenítését segítheti a professzionális fizetővendéglátás megteremtése. Ehhez a fizetővendéglátó szektor problematikájának teljes körű feltárására, továbbá a nyitott kérdések tudományos igényű megválaszolására van szükség. A megkezdett vizsgálatokat ezért tovább kell folytatni. Ennek során a fizetővendéglátást igénybe vevők csoportspecifikus összetételéről, a szállás választás okairól, a vendégek turisztikai magatartásáról kell képet kapni.

Városok és konferenciák

Egy város nemzetközi híré ismertségéhez egyedi látnivalóin kívül népszerű rendezvényei is hozzájárulhatnak. Vannak azonban olyan városok, amelyeket elsősorban rendezvényeik tettek világhírévé (Pamplona, München). A rendezvényturizmus – a sport, a kulturális, a tudományos és szakmai eseményeken keresztül – szerteágazó lehetőséget kínál a város értékeinek bemutatására. Továbbiakban a rendezvényturizmus köréből azokra a szakmai találkozókra koncentrálunk, amelyeken hivatásukból fakadóan, elsősorban tanácskozási, üzleti céllal vesznek részt a meghívottak, és amelyek a város gazdasági élete szempontjából leginkább meghatározóak.

A XIX. század második felétől új információk, tudományos eredmények, politikai kérdések közzététele, népszerűsítése, megoldása céljából egy adott témakörben az érintettek részére nemzetközi viszonylatban is szakmai tanácskozásokat, fórumokat kezdtek szervezni, a konferenciák valódi jelentőségüket azonban a tudományok termelőerővé válásával érték el [182]. Ezeket a rendezvényeket a résztvevők száma, összetétele, vagy a tanácskozás formája alapján más-más elnevezéssel jelölik.

A nemzetközi szakirodalom a résztvevők számától függetlenül az angol „convention” kifejezést használja minden olyan programra (kongresszus, konferencia, szimpózium, kerekasztal-megbeszélés, szakmai kiállítás, vásár, workshop), amelyen a vendégek a szolgáltatásokat előre megrendelve szervezett keretek között tanácskoznak, vagy szereznek piaci, illetve tudományos tapasztalatot [5]. Magyarországon a vizsgált fogalmi körre általánosan elfogadott, de nem egészen pontos a „kongresszusi turizmus” elnevezés [69]. A kongresszusi piacról beszélve tehát rendkívül összetett termékre kell gondolnunk. A szövetségi, szervezeti (pl. Nemzetközi Földrajzi Unió) és vállalati találkozók (Coca-Cola éves közgyűlése), amelyek napirend szerint végzik munkájukat és a tanácskozás rendszerint terjesztendő eredménnyel zárul, egyaránt ide tartoznak.

A szervezők a konferenciák színhelyeül legtöbbször a nagyvárosokat választják. A döntésnél elsősorban a közlekedési, pénzügyi tényezők és az idő játszik fontos szerepet. Nem szabad azonban figyelmen kívül hagyni, hogy a helyszínnek idegenforgalmi szempontból is vonzónak kell lennie [65]. Egyszerre tanácskozni és élményt szerezni vidéki környezetben is lehet. A nem városias térségek gyors és kényelmes megközelíthetősége, a konferencia megrendezéséhez kellő infrastruktúra, a konvencionális kiegészítő programok (esti koncert, színházlátogatás) ritkán találhatók meg együtt a nagyvárosokon kívül.

Ahogy a üdülturizmusnak, úgy a kongresszusi turizmusnak is megvannak a preferált hónapjai. Ezek a május, a szeptember és az október, amelyet a „harmadik szezon” elnevezéssel is illetnek. Megfelelő időben történő egyeztetéssel és jó árpolitikával a szervezőbizottságok meggyőzhetőek az utószezon előnyeiről. Így a kongresszusok segítik a szállodák és vendéglátóegységek egyenletesebb és folyamatosabb kihasználását, a város térben és időben differenciáltabb használatát.

A kongresszusi vendégek – annak ellenére, hogy szervezett programban vesznek részt – mégsem tekinthetők a hagyományos értelemben vett csoportos turistának. Sokkal inkább egyéni vendégként kezelendők, mivel üzletemberek, tudósok, igényesebbek az átlagos turistánál. A kongresszusoknak jól szervezhető, irányítható piaca van. A rendezvény tematikája meghatározza a résztvevők körét, az előzetes jelentkezések visszaigazo-

lásából megismerhetjük a küldő országokat és az esetleges egyedi igényeket is. A konferenciák a tudásközvetítésen és az ismeretszerzésen túl, a kapcsolatteremtés eszközei is, így a világ közel 25 ezer nemzetközi szervezete, több mint 130 ezer szövetsége és egyesülete potenciális piacot jelent a konferenciák megrendezéséért egymással kiélezett versenyt folytató városoknak. [41].

Budapest a konferenciaturizmus piacán

A világ városainak szakmai szervezetei között komoly harc folyik egy-egy kongresszus megrendezéséért. Több nagyváros is számottevő előnnyel indul a versenyben, mert ismertek és közkedveltek. A kongresszusok helyét meghatározó alapvető tényezők mellett (megközelíthetőség, szállodák, konferenciatermek kapacitása, várható költségek) jelentős súllyal esik latba a pályázó város izgalmas és turisztikailag vonzó kínálata is.

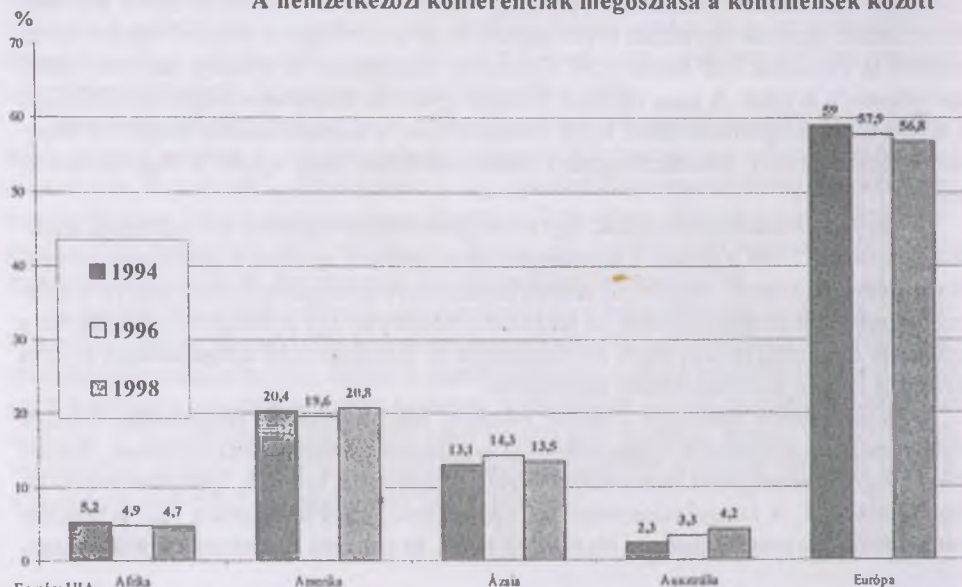
Budapest – ahogyan azt a második fejezetben tárgyaltuk – már a századfordulón bekapcsolódott a nemzetközi konferenciák szervezésébe.

A világon napjainkban évente közel 9000 nemzetközi konferenciát rendeznek. Ezeknek több mint felét Európában tartják (19. ábra). A konferenciaturizmus piacán Ázsia, Ausztrália, Amerika népszerűsége Európa és Afrika rovására fokozatosan nő.

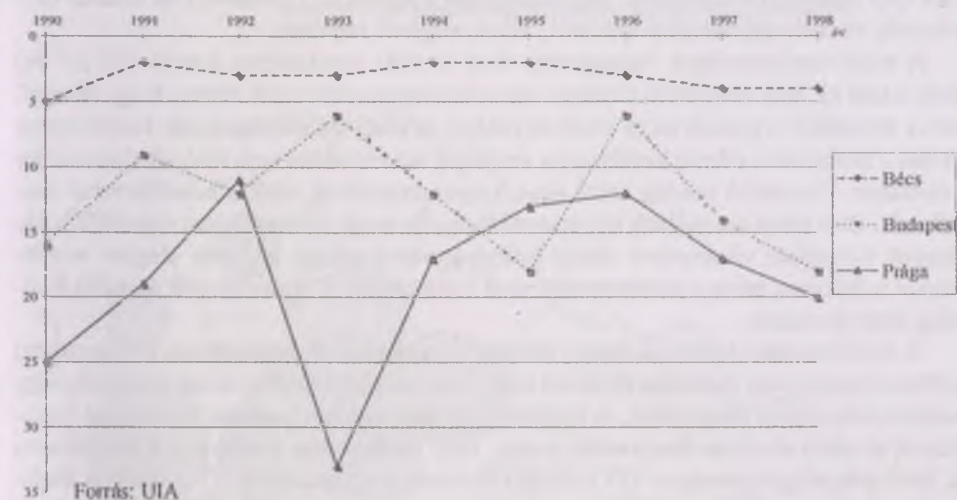
A tágabban értelmezett kelet-közép-európai régióban rendezett nemzetközi konferenciák megoszlását vizsgálva (33. táblázat) látható, hogy hazánk és a szomszédos országok iránti érdeklődés 1994 és 1998 között stabilnak mutatkozik. A térség kongresszusi piacáért folytatott kiéleződő versenyben Ausztria dominanciája meghatározó. Csehország, Magyarország és Lengyelország részvétele egyre inkább kiegyenlítődik, ezen belül hazánk szerepe – eltekintve az 1996-os milécentenáriumi év rendkívül magas számú rendezvényétől – évről évre csökken. Az 1996-os Világkiállítás megrendezésének szándékáról szóló hír sok rendezvényt vonzott Budapestre, amelyek az EXPO lemondása

19. ábra

A nemzetközi konferenciák megoszlása a kontinensek között



20. ábra A nemzetközi szövetségi találkozókat fogadó városok ranglistán



ellenére is megrendezésre kerültek. Szlovákia, Szlovénia és Románia hasonló súlyt képviselve csak lassan képesek piaci pozícióik erősítésére.

Budapest helyét és szerepét a '90-es évek konferenciavárosainak versenyében vizsgálva (20. ábra) megállapítható, más nemzetközi városok infrastruktúráis felkészültségéhez viszonyított lehetőségeinkhez képest kedvező pozíciót töltünk be a világ kongresszusi piacán. A változások irányát tekintve azt is látnunk kell, hogy 1991-ben Budapest olyan városok mögött lett kilencedik, amelyek azóta is tartják kedvező pozíciójukat (Párizs, Bécs, Genf, Brüsszel, London, Berlin, Strasbourg, Szingapúr), 1995-re azonban már megelőzték minket Prága is. Miközben Bécs évek óta őrzi előkelő dobogós helyét, legfőbb konkurensünknek, Prágának 1993 és 1996 között sikerült a 33-ról a 13. helyre kerülnie. Budapest fokozatos visszaesésének okairól az érintettek még nem végeztek kutatást, a negatív irányú változásokért leginkább az információ, a promóció, az infrastruktúra hiányát, a magas adókat, a környezetszennyezést és a közbiztonság romlását teszik felelőssé [178].

A KSH által a hazánkba látogató külföldiek körében végzett országos felmérés szerint [59] konferencián való részvétel elsődleges szándékával a vendégek mindössze 0,8 százaléka érkezik hozzánk, míg hivatalos, illetve üzleti útra 3,7 százalék. A kongresszusi

33. táblázat A nemzetközi konferenciák megoszlása Kelet -Közép Európában (százalék)

	1994	1996	1998
Nemzetközi konferenciák száma	619	710	639
Ausztria	46,5	40,6	44,3
Magyarország	15,3	22,6	13,8
Csehország	13,8	13,6	14,1
Lengyelország	11,8	11,6	13,9
Szlovákia	3,9	3,7	4,5
Szlovénia	4,5	4,4	4,9
Románia	4,2	3,5	4,5

Forrás: UIA

résztétel, mint motiváció legmagasabb a Japán (5,3 százalék), Izrael (3,7 százalék) és az USA (3,5 százalék) vendégeinél, legalacsonyabb a román (0,1 százalék), az osztrák (0,3 százalék) és cseh-szlovák (0,6 százalék) állampolgárok esetében.

A konferenciavendégek legnagyobb része az idős munkaképes korúak (45–50 év) közül kerül ki, akik megfelelő szakmai tapasztalattal rendelkeznek ahhoz, hogy előadói, illetve közvetítói legyenek az új eredményeknek és piaci tapasztalatoknak. Felmérésünk szerint a Budapestre érkező konferencia vendégek 60 százaléka nem első alkalommal jár a városban. Visszatérő vendég, tehát egyedi tapasztalatokkal, sajátos helyismerettel rendelkezik. Ez a város használatát tekintve minőségibb megközelítést jelent egy először ide látogató turistához viszonyítva. Amíg a főváros vendégeinek fele más magyar településeket is felkeres, addig a konferencián részt vevők közel 70 százalékanak úti célja kizárólag csak Budapest.

A konferenciák mellett gazdasági életünk szempontjából meghatározó a nemzetközi kiállítások számának alakulása is, mivel ezek sikeressége jól tükrözi az adott ágazat, vagy szakma nemzetközi megítélését. A konferenciák napjainkban gyakran lehetőséget biztosítanak az adott témában árucikkeket gyártó, vagy szolgáltatást kínáló cégek kiállításaira is. 1997-ben Magyarországon 137 kiállítást hirdettek meg, amelynek 37 százalékát Budapesten rendezték. A HUNGEXPO területén lebonyolított vásárok és kiállítások évről évre egyre nagyobb számú külföldi kiállítót vonzanak. Míg 1994-ben 521, addig 1996-ban már 570 nemzetközi cég vett részt a vásárokon.

A budapesti konferenciaturizmus infra- és szuprastruktúrája

Budapest centrális fekvése akár légi, akár szárazföldi úton lehetővé teszi a főváros gyors megközelítését. Budapestet Európa csaknem összes fővárosával, sőt számos más nagyvárosával is menetrendszerű légi járat köti össze. A Ferihegyi repülőtér folyamatos korszerűsítésével – 1985 óta a legnagyobb teljesítményű Boeing 747 és a Concorde repülőgépek is leszállhatnak – a tengerentúli járatok fogadására is alkalmassá vált. A nyugati határtól korszerű autópályán közelíthető meg a főváros. A MÁV Rt vonalain közlekedő 54 nemzetközi vonatból öt inter-city, hét euro-city járat.

A szállodai férőhelyek száma Budapesten évről évre nő, azonban a minőségi turizmust kielégítő négy öcsillagos és 11 négycsillagos szállodánk kapacitása alig több mint tízezer vendég elhelyezésére alkalmas.

Budapest egyik vonzereje, a nemzetközi hírv Magyarországi vendéglátás az utóbbi időben veszített jelentőségéből, azonban a város éttermeinek választéka és színvonala továbbra is alkalmas az igényes vendégek kiszolgálására.

Kongresszusi turizmus csak ott alakulhat ki sikerrel, ahol színvonalas kulturális, szó-

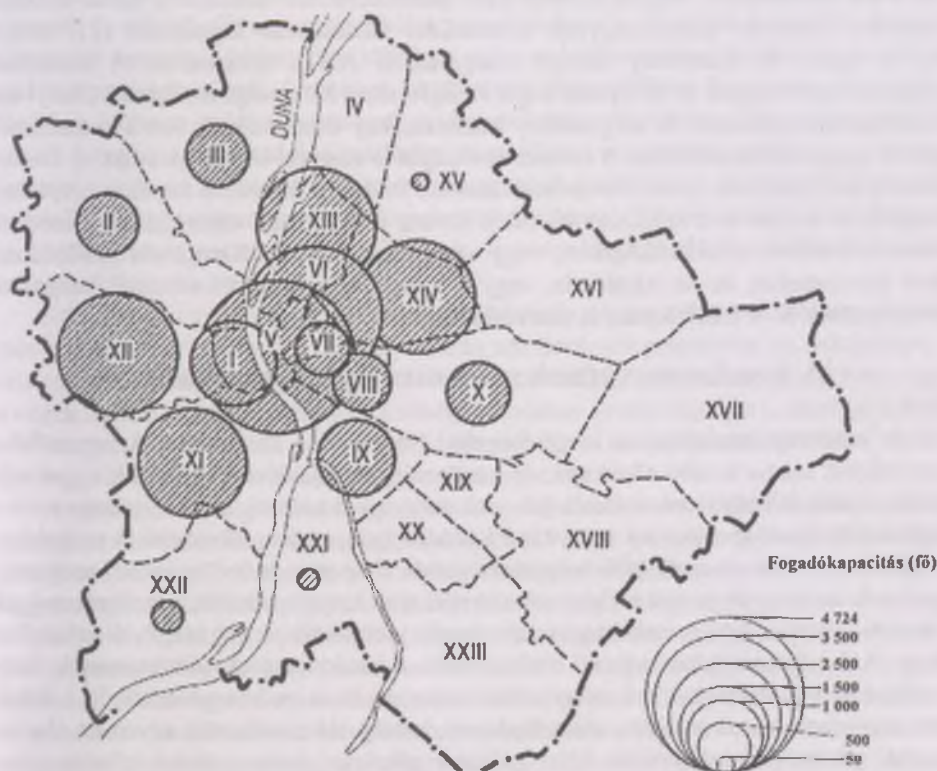
34. táblázat A kongresszusi központok infrastrukturális feltételei a régióban

Város	Befogadóképesség (fő)	Termek száma	Kiállítási terület (m ²)
Budapest	1750	8	1000
Prága	2800	19	16500
Bécs	4300	14	7000
Varsó	2800	7	1000

Forrás: Asbóth II. 1992

21. ábra

**BUDAPEST KERÜLETEI A KONFERENCIATURIZMUS
BEFOGADÓKÉPESSÉGÉNEK MEGOSZTLÁSÁBAN**



rakoztató és sportkínálat is rendelkezésre áll. Ezek hiánya esetén előfordulhat, hogy sikerül egy-egy tanácskozást jól megszervezni, azonban a szakmai sikerhez nem feltétlenül párosul a város üzleti haszna. Budapest csaknem minden igény kielégítésre felkészült. Könnyű és komolyzenei koncertek, idegen nyelvű opera és operett előadások, játékkaszinók, gyógyfürdők, sportlétesítmények állnak a vendégek rendelkezésére.

Budapest az árait tekintve is vonzó lehet a konferenciapiacra, mivel egy átlagos turista napi kiadásait figyelembe véve – Bécshez száz százaléknak tekintve –, Budapest árszínvonala 57, Prágáé 60 százalékos.

Ha a kongresszusi turizmus infrastrukturális feltételeit vizsgálva, Budapestet összehasonlítjuk a régió konferencia városaival, kedvezőtlen kép tárul elénk (34. táblázat).

A környező konkurens fővárosok kongresszusi központjainak legnagyobb befogadóképességű helyiségét, a rendelkezésre álló kisebb termeket és a kiállítások megrendezésére alkalmas terület nagyságát tekintve Budapest az utolsó helyre került. Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a magyar főváros exkluzív szállodái rendelkeznek akár 600 fő befogadására is alkalmas konferenciatermekkel, továbbá a HUNGEXPO Vásárközpont pavilonjai több mint negyvenezer négyzetméteres kiállításoknak is helyt

tudnak adni. Ezek komplex hasznosítása mégsem valósulhat meg, mert azon a helyszínen, ahol van a plenáris ülésre alkalmas terem, ott nem tudják a szekció megbeszéléseket elhelyezni, ahol pedig a kiállításnak lenne megfelelő terület, ott nincs konferenciaterem. Ha azt vizsgáljuk, milyen Budapest kongresszusi infrastruktúrájának területi elterjedése, akkor azt mondhatjuk, hogy a főváros pesti peremkerületeit leszámítva szinte minden városrész alkalmas kisebb-nagyobb nemzetközi tanácskozás fogadására (21. ábra). Kevés épület és intézmény szolgál kongresszusi célt a fővárosban. A Budapest Kongresszusi Központ és az Építők Liget Kongresszusi Központja mellett a Villányi úti Konferenciaközpontnak és még néhány közintézmény dísztermének van a nemzetközi ülések megtartására alkalmas, a szakemberek által is elismert infrastruktúrája. A konferenciák helyszíneinek épített környezetét illetően Budapest átmenetet képez a történelmi hangulatot árasztó és a megújuló városkép között. A szervezők választhatják a modern Novotel szálloda szomszédságában, vagy akár a posztmodern Kempinski szállodában levő üléstermeket, de az Akadémia, vagy a Vigadó nagytermével ódonabb hangulatú környezetben lévő tanácskozást is szervezhetnek.

A konferenciaturizmus multiplikátor hatása

A konferenciaturizmus az idegenforgalmi piac fejlődő szegmense. A nemzetközi szervezetek száma tovább növekszik, és a tudományok fejlődésével erősödik a specializáció. Újabb és újabb szakterületek jelennek meg, így a tudósok személyes kapcsolatra épített információáramlásának igénye is fokozódik. Igaz, a telekonferenciák, a műholdon, vagy interneten szervezett, több helyszínes ülések fokozatos terjedése idővel csökkenthetik a keresletet, de az emberi tényező szerepét nem helyettesíthetik, a szakemberek sikeres találkozása pedig csak magas színvonalú szolgáltatások segítségével valósulhat meg. A konferenciák témánkénti szakosodása, a tanácskozások időtartamának lerövidülése az úgynevezett óriáskonferenciák visszaszorulását eredményezhetik. Ez a folyamat egy olyan város számára, mint Budapest, amely infrastruktúrája révén az alacsonyabb létszámú konferenciák kiszolgálására alkalmas hosszú távon sikeres piaci részvételt jelenthet.

Az idegenforgalom a nemzetgazdaság azon szektora, amely a javak előállításánál során a többi ágazathoz képest szélesebb körű jövedelmezőséget biztosít a vele kapcsolatba kerülő vállalkozók, cégek számára. Megfelelő működtetése esetén a szolgáltatást nyújtó vállalkozó és a költségvetés is olyan bevételekre tesz szert, amelynek a gazdaság

35. táblázat Az átlagos napi kiadás az utazás célja szerint Magyarországon (forint/fő)

Ország	Konferencia vendég	Városnéző turista	Kiadási többlet szorzója
Olaszország	34785	5942	5,8
Benclux államok	20089	3657	5,5
Egyesült Királyság	18726	7016	2,7
Japán	14649	12138	1,2
USA	13490	4657	2,9
Izrael	13054	12273	1,1
Ausztria	3989	3454	1,2
Románia	1700	2658	0,6
Csehország és Szlovákia	956	1350	0,7

Forrás: KSH, 1994.

vérkeringésébe való visszajuttatása további termelés- és munkaerő-növekedést indukál [126]. A szakemberek eltérően ítélik meg, mennyivel költ többet egy kongresszusi vendég a városnéző turistához képest. Abban azonban megegyeznek a vélemények, hogy előbbiek kiadásai többszörösen meghaladják az átlagot. A 35. táblázat jól szemlélteti, hogy a nyugati, és a tengerentúli országokból érkező kongresszusi vendégek közel hat-szorosát is elkölthetik az ugyanabból az országból vagy térségből hazánkba látogató városnéző turistához képest. Ez a többlet a volt szocialista országokból érkező vendégek esetében nem jelentkezik. Ez többek között azzal magyarázható, hogy az egykori keleti tömbben született szakmai barátságokat, vagy rokoni kapcsolatokat kihasználva kevésbé veszik igénybe a kereskedelmi szálláshelyeket, illetve vendéglátó egységeket. A kongresszusi vendégek többségére azonban a magasabb árszínvonalú szolgáltatások igénybevétele, az úgynevezett „presztízfogyasztás” a jellemző. Többek között ez is bizonyítja, hogy egy kongresszus rendezési jogának elnyerése kiemelkedő jövedelmet biztosíthat a fogadó Budapest számára.

Közismert az a tény, hogy a képzés, továbbképzés, az „egy életen át való tanulás” ma már a mindennapi élet része. Néhány ország adótörvényei polgáraikat az önképzésre, a szakmai fejlődésre ösztönzi. Ennek érdekében a személyi jövedelemadóból leírható, vagy a cégek számára elszámolható az a költség – általában évente egyszer –, amelyet a szakmai kongresszusokon való részvételre fordítanak. Ez is motiválja a kongresszusi vendéget, hogy költsésszintje magasabb legyen az átlagosnál.

A vendégek a szolgáltatások olyan koncentrált halmazát veszik igénybe, amely révén jelentősen kiszélesedik a turizmus „beszállítóinak” köre. Létrejött egy sajátos iparág, a „congress industry”. Nemcsak az elsődleges szuprastruktúrához sorolt, a turizmushoz hagyományosan kötődő szolgáltatók (szállodák, vendéglátó egységek) vesznek részt egy konferencia sikeres lebonyolításában, hanem a kiszolgáláshoz csatlakoznak a másodlagos szuprastruktúrát jelentő (tolmácsolás, speciális hangerősítés, nyomdaipar, kitűző-készítés, rendezvényszervezés, hostess-közvetítés, gépkocsi kölcsönzés) vállalkozások is. A tartózkodás időtartamát vizsgálva is kedvezőbb a konferenciavendégek fogadásából várható bevétel, hiszen a Magyarországra érkező turista vendégéjszakájához (3,3) képest az ő tartózkodási idejük (5) hosszabb [178].

Már utaltunk arra, hogy a konferenciák többségét májusban, és októberben tartják, így a kongresszusi turizmus elősegíti az idegenforgalmi szezon meghosszabbítását, a kereskedelmi szálláshelyek és a vendéglátó egységek egyenletesebb és folyamatosabb leterheltségét. Azzal, hogy a konferenciákat nem a turisztikai „csúcsidőszakban” szervezik, lehetővé válik a minőségi turizmus normáinak érvényesítése is (a szolgáltató több figyelmet tud fordítani vendégére, a szabadidős tevékenységek során kényelmesebb körülmények között kereshetők fel a város látnivalói). Mivel a nagyobb konferenciák rendezésére alkalmas létesítményeket nem az amúgy is zsúfolt belső városrészekben építették fel (XII., XIV. kerület), vagy nem oda tervezik (XI. kerület), ezért a turizmusban kevésbé érintett kerületek is bekapcsolódhatnak a kongresszusi turizmusba. Így kedvezően érvényesülhet a budapesti turistaáramlást befolyásoló differenciáló hatás.

Az idegenforgalmi bevételeknek közismerten kiemelkedő szerepük van a gazdaság devizaforrásainak bővítésében, a pozitív külkereskedelmi mérleg kialakításában. Mivel a kongresszusi vendég szervezett keretek között veszi igénybe a város szolgáltatásait, legtöbb esetben előre megrendeli és kifizeti a terméket, ezért az idegenforgalomnak ebből a szektorából biztos devizabevételre számíthat a költségvetés.

Azokban a városokban, ahol fejlett a tercier szektor, a közvélemény kedvezően reagál a konferenciák rendezésére, mert felismerte, hogy ez saját foglalkoztatását, bevételi forrásait is növeli. A konferenciákkal kapcsolatos új beruházások, a fogadóképesség bővülése a polgárok öntudatának növelését is elősegíti [5].

A fontos konferenciákat a város vezetői is megtisztelik, s a rendező szervezetet érintő gazdasági, politikai döntéseknél befolyásoló tényező lehet a sikeres rendezés emléke.

Ha a konferenciavendég jól érezte magát Budapesten, elégedett volt a szolgáltatásokkal, akkor szabadsága idején családjával visszatérhet, vagy más szakmai szervezetben dolgozó munkatársát, barátait ösztönözheti a főváros meglátogatására.

Nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a konferenciák révén a hazai szakemberek olyan új ismeretek birtokába juthatnak, illetve tájékoztathatják a nemzetközi közvéleményt saját eredményeikről, amelyek beszerzése, illetve publikálása anyagi erőforrásai szűkössége miatt sok esetben nem lenne lehetséges (egy nemzetközi konferencián való részvétel költségei elérhetik az 1000-1500 USD-t). Tehát a konferencia mellett, hogy jövedelmező turisztikai tevékenység, az ismeretszerzés és -közvetítés nemzetközi viszonylatban is hatékony eszköze. Egy vállalat, vagy tudományos műhely munkatársainak nemzetközi konferenciákon való részvétele a munkáltató érdeke is, mert alkalmazottjaik fejlődéséből profitálhatnak, és sok esetben reklám lehetőséghez is jutnak.

Konferenciák a turizmuspolitika tükrében

A rendszerváltozás a magyar városokat – egymás között és a nemzetközi határokon kívül is – versenyhelyzetbe kényszerítette. A várospolitika kiemelt feladata tehát, hogy sikeres legyen a városversenyben [40]. A városmarketing a gazdaság bővülését szolgáló várospolitikai dimenzió egyik legfontosabb eszköze. Ennek érdekében egy meghatározott társadalmi csoport, a potenciális kongresszusszervezők számára meg kell jeleníteni a város arculatát, majd „el kell adni” a várost a részükre. Ezt a marketing munkát az esetek többségében az önkormányzatok saját feladatuknak tekintik, de ezzel a tevékenységgel megbízhatnak egy hozzáértő szervezetet is. A marketing során a város egészét kell megjeleníteni, nem elégséges csak a kongresszusi infrastruktúrát bemutatni.

Figyelembe kell venni, hogy a város – mint konferencia színhelyként eladandó termék – esetében hiányzik a rugalmasság, amellyel az egyes árucikkek és szolgáltatások rendelkeznek. A települést nehezebben lehet a létező, vagy a potenciális fogyasztók igényeinek megfelelően átalakítani. Szemben a tradicionális, többségében mobilizálható árucikkal a város, mint termék, helyhez kötött, a maga teljes valóságában csak az adott helyszínen lehet bemutatni. Ennek következtében a település előnyös tulajdonságai legtöbbször csupán bizonyos közvetítő eszközök révén terjeszthetők [97]. A több ezer vendég részvételével lebonyolításra kerülő úgynevezett „megakonferenciák” helyszíneit sokszor évekkel a rendezvény időpontja előtt kijelölik. Így a szervezőbizottságnak a helyszín bejárását követően lehetősége nyílik a rendező város vezetése számára a sikeres bonyolítást szolgáló területrendezési, fejlesztési igényeket megfogalmazni.

A kongresszusi turizmus a rendezvényszervezés kategóriáján belül is speciális termék. Piaca világpiac, a versenye világverseny. Így elengedhetetlen a kongresszusi turizmus kínálati oldala összes résztvevőjének összehangolt, marketingszemléletű együttműködése [22]. A Magyar Kongresszusi Iroda Egyesülést (MKIE) 1991-ben azzal a céllal alapították, hogy propagálja Magyarországot, mint kongresszusi helyszínt. Az MKIE non-profit szervezetként a magyarországi szállodaláncokat, szállodákat, konferencia-

helyszíneket, rendezényszervező irodákat és egyéb kongresszusi szolgáltatókat – mint tagvállalatait – közös céljuk érdekében marketing tevékenységgel szolgálja ki, annak érdekében, hogy ne elszigetelten, hanem koncentráltan mutassák be termékeiket. A kongresszusi központok fenntartásához és a kongresszusok megszervezéséhez a kereskedelmi kamarák és az idegenforgalomban érdekelt cégek is hozzájárulnak, mivel ezekből a rendezvényekből je-lentős bevételek származhatnak.

Az Országos Idegenforgalmi Bizottság is kialakította álláspontját a kongresszusi turizmust illetően. A fejlesztés irányait elsősorban a meglévő intézmények bővítésében, a vidéki kapacitás fejlesztésében, a differenciált minőségi kínálat megteremtésében látja. Kiemelt jelentőséget tulajdonítanak a kongresszusi és kiállítási infrastruktúra rekonstrukciójának. Tudva azt, hogy a a konferenciaturizmus feltételeinek kialakítása extra-beruházást igényel (helyszín, oda vezető útvonal kiépítése) a fejlesztést állami eszközökkel kívánják segíteni. Elengedhetetlen a minőségi követelmények szerinti kataszter létrehozása. A piackutatást és a reklámot is maguknak a városoknak kell felvállalniuk. Az MKIE segítségével megfelelő propaganda tevékenységet (brosúra, sajtótájékoztató, potenciális ügyfeleknél tett egyéni látogatások, fogadások, study tourok, kiállításokon való részvétel) kell kifejteniük a külföldi piacokon. A helyi önkormányzatok közvetlen idegenforgalmi érdekeltiségét a meglévő és létesítendő objektumokban megszerezhető tulajdonosi részesedés tehetné teljes körűvé.

A városi turizmus biztonsága



A városi turizmus szépsége



A turizmus biztonságának kérdése különösen nagy hangsúlyt kap azokban a térségekben, ahol a turisták fogadása nem elsődleges szervezőerő a települések életében. A városoknak a helyi lakosságot kiszolgáló funkciók működtetése mellett nem minden esetben marad energiájuk, hogy vendégeiknek biztonságos környezetet hozzanak létre. A turizmus biztonsága összetett fogalom. Elsősorban a turista személyi és vagyonszükségletét értjük alatta, de ide értendő az idegen környezetben való eligazodás, tájékozódás, a helyi jelrendszerek megértésének, továbbá a társadalmi konvenciók közvetítésének kérdése, és nem utolsósorban a vásárlás és a fogyasztás biztonsága is.

Egy város vendégeinek biztonsága szoros összefüggést mutat a helyi turizmus sikerével is. Ahol kirabolják, vagy leütik a turistát; ahol hiányoznak az eligazodást segítő jelzőtáblák, utcanév táblák; ahol a tájékozódást hivatott információk nem olvashatók több idegen nyelven is; ahol az aluljáróba nem mernek lemenni a turisták, mert nem találnak ki onnan, vagy félnek a koldusok zaklatásától; ahol a parkokban nem sétálnak, mert el akarják kerülni a hajléktalanok szívfacsaró látványát; ahol a vásárláskor, fogyasztáskor megkárosítják őket; ahol nem lehet gépkocsival közlekedni, mert a parkolás lehetetlen; ahol az esetleges jogorvoslat hónapokat vesz igénybe — ott nem beszélhetünk biztonságos turizmusról.

A bűnözés idegenforgalmi vonatkozásai Budapesten

Budapesten 1993 és 1998 között az egységes rendőrségi-ügyészeti statisztika adatai alapján az ismertté vált bűncselekmények külföldi sértettjeinek a száma 6770-ről 8387-re növekedett. Ha figyelembe vesszük, hogy – hivatalos becslések szerint – évente közel tízmillió külföldi fordul meg a fővárosban, akkor az egy ezrelékes veszélyeztetettségi arány elhanyagolhatónak tűnhet. Azonban a turizmus bármely formájában érkező külföldi vendég az öt évtized hatásán alkot sztereotípiákat, s mivel a turisták egyben a hazai társadalmi közegük diplomatái is, így egyetlen átélte atrocitás elegendő lehet ahhoz, hogy az adott mikro- vagy makrokörnyezetben kedvezőtlen kép alakuljon ki Budapestről. Mivel a főváros külföldi vendégeinek kb. 15 százaléka helyi szállásigényes (akik átlag 2,6 vendégéjszakát töltenek el a kereskedelmi szálláshelyeken), így a látogatók többsége egy napot sem tartózkodik a fővárosban, s ez alatt a 10-12 óra alatt formálódik ki sajátos képük Budapestről. Ezért elengedhetetlennek tűnik, hogy az érintett szakemberek

összehangolt megelőző munkával mindent megtegyenek azért, hogy a fővárosba érkező turista mind kevésbé legyen áldozata bűncselekménynek.

A feladat fontosságának felismerését jelezte, a „Turizmus '96” országos konferencia, amely napirendjére tűzte a turizmus és a közbiztonság összefüggésében felmerülő problémákat. Ezt követően több közbiztonsági fórumnak is kizárólagos témája volt a turizmusmal kapcsolatos teendők megvitatása. A téma természetesen nem új keletű, már a rendszerváltozást követően számos cikk foglalkozott a kérdéssel, azonban ezek többsége a Balatonra koncentrált, és a külföldi bűnelkövetők egyre növekvő számát hangsúlyozta. Budapesten a külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények területi, időbeli és okozati elemzése eddig nem történt meg, így ezzel a fejezettel részben ezt a hiányt szeretnénk pótolni.

A bűnözésföldrajz szerepe az idegenforgalmi kutatásban

A városi környezet és a bűnözés összefüggéseinek tanulmányozása a kriminológia legrégebbi kutatási területei közé tartozik. A bűnözés ökológiája, amely a bűnözés területi sajátosságait vizsgálja, az úgynevezett humánökológiai kutatásokat és a bűnözést kapcsolja össze. Az ilyen kriminálökológiai kutatások *Clifford* és *McKay*, a híres chicagói iskola munkatársai által az 1920-as évek végén kezdődtek meg az Amerikai Egyesült Államokban [185]. Már ekkor felhívták a figyelmet arra, hogy a bűncselekmény elkövetésének helye egyértelműen meghatározza az adott kriminológiai esemény vagy eseménysor és általában annak lényeges körülményeinek hovatarozását.

A kriminológia és a geográfia összevetése *Hentig, H.* [52] munkássága révén kapott nagyobb lendületet, aki rámutatott a földrajznak a bűnügyi tudományok fejlődésében betöltött szerepére, és a földrajzi-gazdasági környezet együttes figyelembevételét, a bűnözésre gyakorolt hatásának kimutatását sürgette. *Herold, H.* [54] szerint a terület a bűnözés vizsgálatai számára – az időbeli és földrajzi meghatározottságokon kívül – strukturális és funkcionális jegyekkel is rendelkezik. A chicagói iskolához képest árnyaltabban fogalmaz, megítélése szerint a bűncselekményeknek csak egy bizonyos csoportja köthető meghatározott térhez.

Egyes kutatók a kriminálgeográfia feladatául az okok, és a területi különbségeket előidéző kölcsönhatások feltárását szabják. Mások szerint a bűnözés területéhez kötöttségét többféle szempontból célszerű vizsgálni, s ebből csak az egyik tartozik a kriminálgeográfia tárgykörébe. Tudniillik egy konkrétan meghatározott terület kriminalitásának alakulása, s a kutatás során a bűnözésre hatást gyakorló tényezőknek az adott időszakban és meghatározott helyen, konkrét összefüggésében történő feltárása [99].

A geográfusok szerint a bűnözésföldrajz – mint az alkalmazott szociálgeográfia egyik új irányzata – a kriminológia és a társadalomföldrajz között alakít ki interdiszciplináris kapcsolatot, s mint ilyen, nem csupán a bűnelkövetések térbeli eloszlását, hanem a bűnözés térbeli szabályait, társadalmi hátterét is vizsgálja. Prognosztizálja a lezajló társadalmi folyamatok ismeretében a bűnözés várható térbeli elmozdulásait is [53].

A hazai földrajzi szakirodalomban *Kovács Z.* [94; 95] az alkalmazhatóság szükségességét figyelembe véve definiálta a kriminálgeográfia tárgykörét. E szerint a bűnözésföldrajz feladata abban áll, hogy a társadalmi termelés, –elosztás, –fogyasztás területi

eltéréseit szem előtt tartva, választ adjon a bűnüldözésben és annak megelőzésében illetékes szakemberek számára arra, hogy mivel magyarázható a bűnözés gyakorisága és jellege egy adott területen. Bizonyos prognosztizálható változások (demográfia, urbanizáció, munkanélküliség) felhasználásával nyújtson segítséget a területi bűnmegelőzési stratégiák kidolgozásához.

Az utóbbi években a területi összefüggéseken túl, a kutatások igyekeznek az áldozatok társadalmi státuszát (pl. nők elleni erőszakos esetek) figyelembe véve feltárni az őket érintő bűncselekmények bekövetkezésének gyakoriságát [131], és egy-egy bűncselekményi kategóriát (gazdasági bűnözés) kiragadva elemezni annak társadalmi, gazdasági, politikai hátterét [119].

A bűnügyi információbázis összeállítása

Az alkalmazott szociálgeográfiai kutatások a hivatalosan közzétett statisztikai adatokon túl, a probléma valós feltárását jobban szolgáló, bővebb információbázisra támaszkodnak. Mivel a Központi Statisztikai Hivatal kiadványai mostohán kezelik a bűnözéssel kapcsolatos – térre, időre, az elkövetők, illetve a sértettek körére vonatkozó – adatszolgáltatást, így a bűnügyi információinkat és azok értelmezését a Budapesti Rendőr-főkapitányság illetékesei bocsátották rendelkezésünkre. Itt jegyezzük meg az 1964-ben bevezetett egységes rendőrségi-ügyészségi bűnügyi statisztika felvételezéséből származó kutatási nehézségeket. A szakemberek szerint nemzetközi összehasonlításban is helytálló, úgynevezett eredménystatisztika nem a feljelentés, hanem a nyomozás befejezésének időpontjára épít. Így elképzelhető, hogy az elhúzóódó felderítés következtében egy adott bűncselekmény nem az elkövetés idején, hanem csak az azt követő évben jelenik meg a statisztikában. *Pölöskey L.* [139] arra is felhívja a figyelmet, hogy a társadalmi tolerancia módosulásának következményeként számon tartott formális tényezők – büntetőpolitika, joggyakorlat, jogszabályok változása, közkegyelmi rendelkezések, stb. – tovább torzíthatják az idősorokat. Nem szabad megfeledkeznünk arról sem, hogy a statisztika ismert bűncselekményeket említ, tehát amelyről a büntetőeljárást folytató hatóságok tudomást szereznek, és azt statisztikai kérdőíven rögzítik. A külföldiek esetében vélelmezhetjük, hogy – elkerülendő az eljárással járó procedúrát – csak a súlyosabb esetekben fordulnak a hatósághoz, így feljelentés hiányában a sérelmükre elkövetett bűncselekmények egy része nem válik ismertté.

A bűnügyi statisztika nem tesz különbséget a külföldi állampolgárok között, így a klasszikus turista, az átutazó vendég, a tartózkodási engedéllyel rendelkező idegen és a maffiaháború áldozata egyformán – külföldiként – jelenik meg a statisztikában.

Az időbeli torzítások kizárására az 1994 és '95-ös statisztikai évet összevonva – kizárólag az arányokban kifejezhető nagyságrendeket alapul véve – végeztük el az elemzésünket úgy, hogy a külföldiek sérelmére, s nem az általuk elkövetett bűneseteket tekintettük át. Az volt gondolkodásunk alapja, hogy a városi turizmus jelensége inkább az abban résztvevő áldozatokkal, mintsem a bűnelkövetőkkel hozható összefüggésbe.

A bűnügyi statisztikával ellentétben a külföldiek tartózkodását rögzítő hivatalos idegenforgalmi statisztika bővebben kínál csoportspecifikus elemzést segítő információkat. Megjegyzendő, hogy ezek kizárólag a kereskedelmi szálláshelyek vendégeinek adatszolgáltatása alapján kerülnek a statisztikába.

A városi bűnözés és a turizmus kapcsolata

Ahhoz, hogy összefüggést kereshessünk a Budapesthez kapcsolódó nemzetközi turizmus és a bűnözés között, röviden át kell tekintenünk a vizsgálat közös tárgyához, a városi térhez kötődő viszonyukat. A város és a bűnözés – mint meghatározott területen, adott időszakban megjelenő jelenség és sajátos életforma – elsősorban a nagyvárosokban mutat speciális kapcsolatot. A statisztikák és a kutatások is bizonyítják, hogy az átlaghoz képest a városi bűnözés mennyiségileg magasabb arányokat mutat, szerkezetileg pedig veszélyesebb cselekményekből tevődik össze [124]. A városokban a kisebb közösségek bűncselekményektől való visszatartó hatása nem érvényesül. Az egyén személytelen, leplezheti a valódi életvitelét és az illegális csoportokhoz való csatlakozását [154].

A városi életmódból fakadó mobilitás a bűnelkövetést és az áldozattá válást egyaránt megkönnyíti. A városi társadalomban a siker látványos mértéke a vagyon. Ennek legális megszerzéséből azonban széles rétegek kimaradnak, így az áhított presztízs megteremtését csak törvénytelen úton érhetik el. A városi bűnözés sajátossága mind a bűnözés megjelenési formáiban (kábitószerszer-kereskedelem, prostitúció, fehérgalléros vagy szervezett bűnözés), mind pedig a bűnözés háttéréül szolgáló egyéb kriminológiai jellegzetességekben (indítóok, elkövetési alkalom és mód) kifejeződik.

A város – mint a területi munkamegosztás következtében differenciált térség központi funkciót ellátó települése – idegenforgalmi célállomássá válhat. A közbiztonság a turizmus általános feltételei közé tartozik, így azokban a nagyvárosokban, amelyek idegenforgalmi célállomások és a bűnözés színterei is egyben, a turizmus rendszerszemléletű megközelítése szerint fokozott figyelmet kell fordítani a vendégek biztonságérzetére. Ez a rendszer egyik meghatározó eleme. A bűnözés terjedése idővel fordítottan arányos a turisták érkezésével. Budapest nem válhat New Yorkká, ahol az oda látogató turista lassan csalogódottá válik, ha úgy hagyja el a várost, hogy semmiféle támadást nem kíséreltek meg vele szemben, vagy ne lett volna szemtanúja egy krimibe illő bűncselekménynek

Veszélyeztetett csoportok

Budapest külföldi vendégeinek körében végzett kérdőíves felmérésünk során többek között a viktimizációs félelmet igyekeztünk feltérképezni (36. táblázat). A vártnál kedvezőbb eredmények születtek, de túlzott elbizakodottságra nincs okunk, mivel a megkérdezetteknek több mint 20 százaléka ítéli meg kedvezőtlenül Budapest közbiztonsági helyzetét. Összehasonlításképpen bemutatjuk a köztisztaságról alkotott értékelést is, amely megerősíteni látszik, hogy a bűnözésnek való kitettség a negatív véleményformálódásban – még ha kis százalékban is – meghatározóbb a külföldi vendégek esetében. A viktimizációs félelmet nem úgy kell eloszlatni, hogy tagadjuk a bűnözés jelenlétét, hanem úgy, hogy tudatosítjuk a vendégek körében a viktimizációs veszélyeket, és egyben azokat az eszközöket, amellyel el lehet őket kerülni.

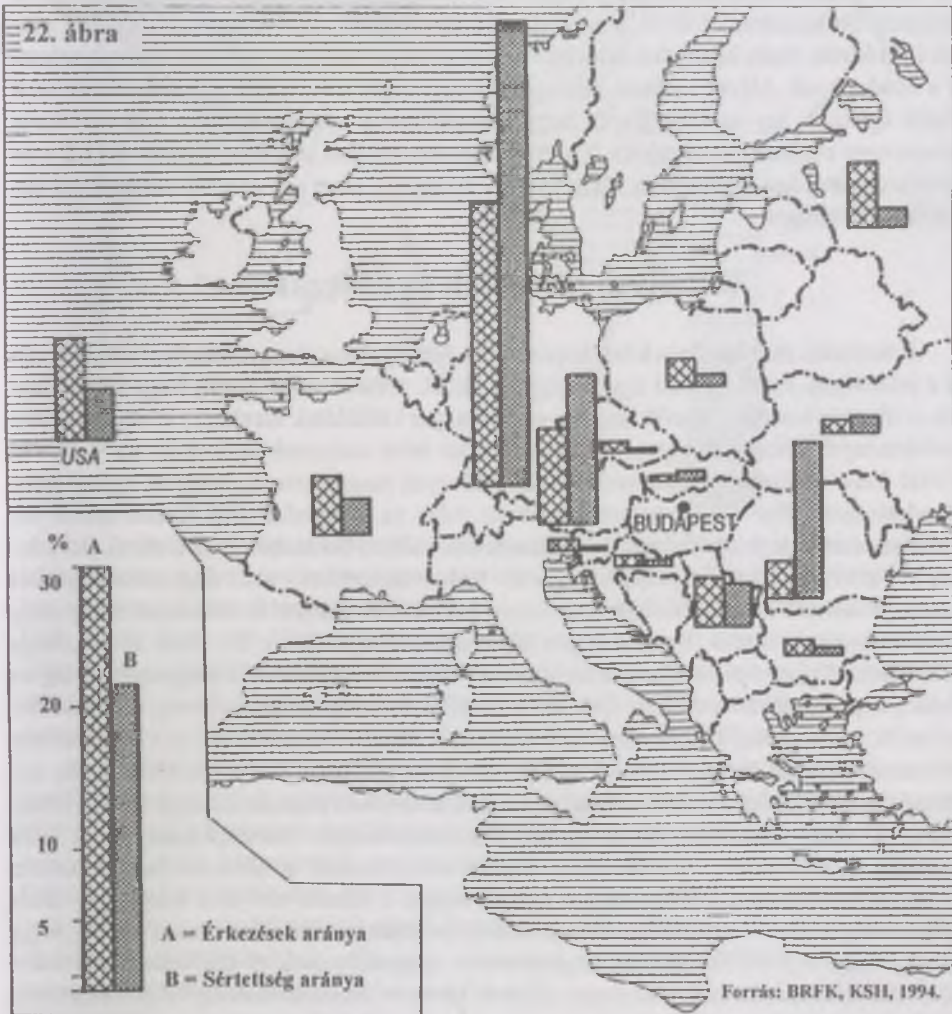
36. táblázat A turizmus egyes általános feltételeinek értékelése a külföldiek szerint (százalék)

	Kiváló	Jó	Elfogadható	Rossz	Nagyon rossz
Közbiztonság	28,4	29,7	21,3	13,2	7,4
Köztisztaság	21	31	29,2	11,7	7,1

Forrás: Saját adatgyűjtés, 1995.

Ha csoportspecifikusan vizsgáljuk, Budapest külföldi vendégeinek sérelmére elkövetett bűncselekményeket, akkor megállapíthatjuk, hogy a bűnesetek száma szerint Európa országainak állampolgárai ellen követik el a legtöbb (87,6 százalék) bűncselekményt. Ezt Ázsia követi (5,7 százalék); nem sokkal marad el Amerika (4,8 százalék), a sort Ausztrália (1,1 százalék) és Afrika (0,8 százalék) zárja. Ha országokra bontva vizsgáljuk a statisztikai adatokat, akkor elmondhatjuk, hogy míg három európai országból – Németországból (32,6 százalék), Romániából (10,9 százalék) és Ausztriából (10,6 százalék) – érkezők több mint a felét teszik ki a sértettek csoportjának, addig kétszázalékos arány fölé csak az Amerikai Egyesült Államok (3,6 százalék), Kis-Jugoszlávia (3 százalék) és Franciaország (2,5 százalék) emelkedik. Ezek a számok önmagukban nem mutatnak semmi meglepőt, hisz a laikusok számára is látható, hogy bizonyos fokig összefügghetnek a földrajzi helyzetünkből következő érkezések számával. Azonban ha megvizsgáljuk a 22. ábrát, figyelemre méltó eredményeket kapunk.

**BUDAPEST KÜLFÖLDI VENDÉGEINEK ÉS A SÉRELMEKRE
ELKÖVETETT BŰNCSELEKMÉNYEK ARÁNYA ORSZÁGONKÉNT**



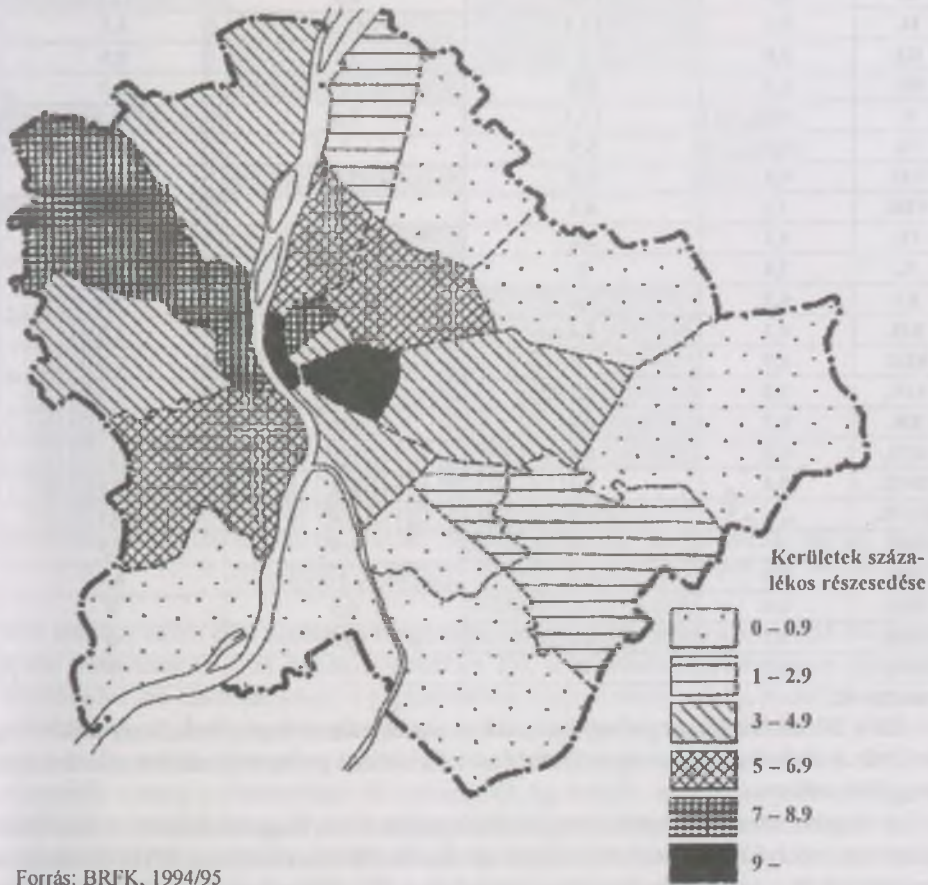
A vizsgálatba bevont országok állampolgárai esetében, ahol a regisztrált érkezések aránya alatta marad a sérelmükre elkövetett bűncselekmények arányának, megállapítható, hogy ők az átlagosnál jobban ki vannak téve annak, hogy áldozattá váljanak. Az osztrák és a német vendégek esetében ez azzal magyarázható, hogy ők a földrajzi közelség és a gépkocsihoz kötött életvitel következtében a külföldi útjaik során sem válnak meg szívesen nagy értékű autóiktól. Így a gépkocsi, a beépített rádiómagnó esetleg bármely személyes holmi könnyen a bűncselekmény tárgya lehet. Ez alátámasztható azzal, hogy a személygépkocsi lopások 56,5 százalékban német, 18, 4 százalékban osztrák, a gépjárműfeltörések 39,4 százalékban német 15,7 százalékban osztrák állampolgár volt a sértett. A gépjárművel kapcsolatos jogsértések mellett az osztrák és német vendégeket a zseblopások is fokozottan érintik. Igaz itt már – feltehetően az óvatosságuknak és a gépkocsival való közlekedésüknek köszönhetően – alacsonyabb arányban (osztrákok 3,2 százalék, németek 21,6 százalék) válnak áldozattá. Az érkezések és a sértettek arányát tekintve a román állampolgároknál az előbbiekhöz képest jelentősebb a viktimizációs hatás. Ennek okát abban látjuk, hogy a románok elsősorban a bevásárló turizmus keretében érkeznek Budapestre, s a főváros azon térségeit keresik fel, ahol az egykori „KGST” piacok működnek. Ezek környéke és az oda vezető útvonal pedig köztudottan kedvelt színtere a bűnözőknek. Mivel a román állampolgárságú vendégek inkább a tömegközlekedést veszik igénybe, így nem meglepő, hogy ő esetükben a zseblopásokban való sértettség aránya igen magas (18 százalék). Kis értékű gépkocsijaikat ritkábban lopják el (1,2 százalék), ugyanakkor gyakrabban törik fel (7,5 százalék), mert sok esetben kívülről jól látszanak a csomagok.

Veszélyes területek és időszakok

A turizmus és a bűnözés közti kapcsolatok feltárásához elengedhetetlen megvizsgálni a jelenségek tér- és időbeli egybeesését is. A 23. ábráról leolvasható, hogy éves átlagban a főváros kerületei között hogyan oszlik meg a külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények aránya. A legveszélyeztetettebbek közé tartoznak az I., a II., az V., a VI., a VIII. kerület. Ezeket a kereskedelmi szálláshelyek magas aránya, vagy az egyedi vonzasadottságok, illetve a vasúti pályaudvarok miatt az átlagosnál több turista keresi fel. Érdekes azonban elvégezni egy összehasonlítást időbeli bontásban is (24. ábra). Az átlagos évi arányszám mellett feltüntetjük a fő- és holtsszezonban – azaz augusztus és január során – a turisták sérelmére elkövetett bűncselekmények arányát is. Bizonyos fokig meglepő eredményt kapunk, ha ez alapján képzeletben átrajzoljuk a 23. ábrát ahhoz, hogy valós összefüggéseket találjunk a turizmus és a bűnözés között. Az augusztusi átlag az évihez képest immáron csak az I. és az V. kerületben mutat kiugró eltérést, azonban felzárkózik a IX., a XI., a XIII., és a XIV. kerület is. Mivel magyarázható ez? A Várat és a Belvárost leszámítva, ahol a kereskedelmi szálláshelyek és a látnivalók sűrűsége és minősége magyarázatot adnak a turisták egész évi, különösen augusztusi nagy arányú jelenlétére, a többi kerületben olyan egyedi vonzasadottságok vannak, amelyeknek csak tömeges megtekintése, és felkeresése esetén számíthatunk a bűnözés megjelenésére. Ilyen a Citadella és a Gellért-hegy, a Margit-sziget, a Hősök-tere és a Városliget, amelyek az augusztusi főszezonban válnak valódi turistaközponttá. Ez nem azt jelenti, hogy a VI., vagy a VIII. kerületben augusztusban megszűnnének a külföldiek sérelmére elkövetett bűnesetek, csak a kedvező időjárás következtében területileg differenciáltabbá

23. ábra

Külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények
területi eloszlása Budapesten



Forrás: BRFK, 1994/95

válík a turizmus. Amíg a Teréz-vagy a Józsefváros fekvésének, sajátos hangulatának köszönhetően a főszezonon kívül is vonzó lehet a vendégek számára (az ellenük januárban elkövetett bűnesetek meg is haladják az évi átlagot), addig a jó időhöz bizonyos mértékig kötött látnivalók főleg augusztusban csábítják tömegesen a turistákat és ezzel hozzájárulnak a bűnözés növekedéséhez. Hozzá kell tennünk persze azt is, hogy mind a VI. mind a VIII. kerület igazgatási területén központi pályaudvar is található, amely egész évben színtere a Budapestre látogató külföldiek ellen elkövetett bűncselekményeknek.

A külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekménytípusok közül kiemelkednek a korábban már említett vagyon elleni bűncselekmények (98,2 százalék), és szerencsére eltörpülnek az úgynevezett konfliktusos bűnesetek (1,6 százalék). Az összes bűncselekmény több mint kétharmadát a személygépkocsi lopás (25,5 százalék), a gépjármű feltörés (20,3 százalék) és a zseblopás teszi ki (22,2 százalék). Legritkábban fordul elő emberölés vagy szándékos testi sértés. Ez azt támasztja alá, hogy a főváros vendégeinek közvetlenül az utazásukhoz szükséges okiratokra, személyes értéktárgyaikra, és a gépkocsijukra leselkedik a legnagyobb veszély.

37. táblázat A főbb bűncselekményi típusok kerületenként (százalék)

Kerület	Átlag	Szkg. lopás	Szkg. feltörés	Zseblopás
I.	8,9	10,5	6,8	12,1
II.	8,6	13,3	11,3	4,4
III.	3,6	6	4,3	0,5
IV.	1,1	0,8	2	0,3
V.	16,5	11,3	7,6	39,3
VI.	8,7	5,5	7	6,6
VII.	4,4	3,9	7,8	3,2
VIII.	13	4,1	7,9	13,5
IX.	4,1	3,2	8,5	2,6
X.	3,4	2	6,6	1,3
XI.	6,3	9,6	6,6	3,8
XII.	4,3	8,4	3,7	1,5
XIII.	6,9	7,4	8,7	6,3
XIV.	5,3	7,5	7,2	3,5
XV.	0,7	0,9	0,6	0,1
XVI.	0,3	0,4	0,2	0
XVII.	0,4	0,4	0,2	0,1
XVIII.	1	1,4	0,4	0,3
XIX.	1	1,4	0,9	0,5
XX.	0,6	0,7	1	0,1
XXI.	0,6	1	0,5	0
XXII.	0,2	0,3	0,2	0
XXIII.	0,2	0	0	0

Forrás: BRFK.

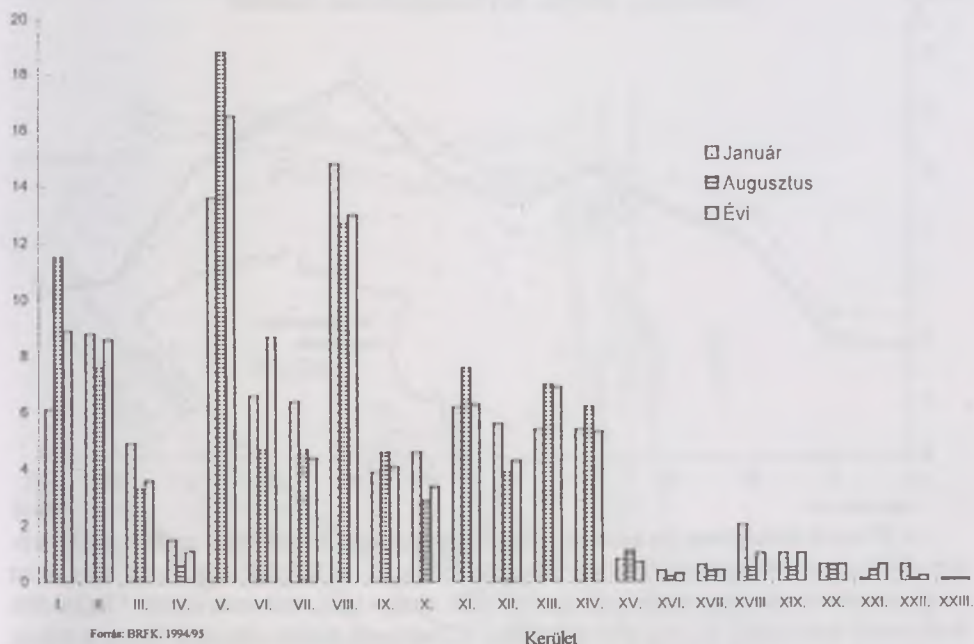
Ila a 37. táblázatot megvizsgáljuk, akkor arra is választ kaphatunk, hogy területileg mely városrészben a legveszélyeztetettebbek a turisták az említett három bűncselekményi kategóriát tekintve.

A vagyon elleni bűncselekményeknél lényeges elem, hogy azok területi eloszlását jelentősen befolyásolja a sérthető értékek elhelyezkedése és védettsége is [184]. Ezért az eredmények és a prognózis árnyalása érdekében a 37. táblázatban kiemeltük azokat az eseteket, ahol a személygépkocsi lopások, vagy feltörések és a zseblopások aránya érdemlegesen meghaladja az adott kerületben a külföldiek sérelmére elkövetett összes bűncselekmény kerületre jutó átlagos arányát. Ezek szerint megállapítható, hogy amíg a személygépkocsi lopások aránya a pesti és a budai kerületek közt fele-fele arányban oszlik meg, addig a személygépkocsi feltörések kétharmada már a pesti oldalhoz köthető. A zseblopások négyötödét Pesten követik el.

Köztudott, hogy Budapest frekvenciált városrészeiben alacsony a védett parkolóhelyek száma, nincs elég őrzött parkolóház. A külföldiek kénytelenek nagy értékű gépkocsijaikkal a nyílt utcán parkolni, s így Pesten és Budán egyaránt ki vannak téve annak, hogy a szervezett és egy-egy gépkocsi-márkára szakosodott csoportos bűnelkövetők ellophassák azokat. Mivel az említett bűnelkövetők döntő többsége profi, így a területi jelleg nem befolyásolja az ilyen jellegű bűncselekmények számát. A gépkocsi feltöréseknél azonban már figyelembe kell vennünk a pesti és a budai kerületek eltérő morfológiai és társadalmi képét. A gépkocsit feltörni, s abból bármilyen értéket ellopni szándékozó csoportok, vagy egyének sokkal könnyebben el tudnak rejtőzködni Pest zegzugos utcáiban,

24. ábra

Külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények kerületi és időbeli megoszlása Budapesten



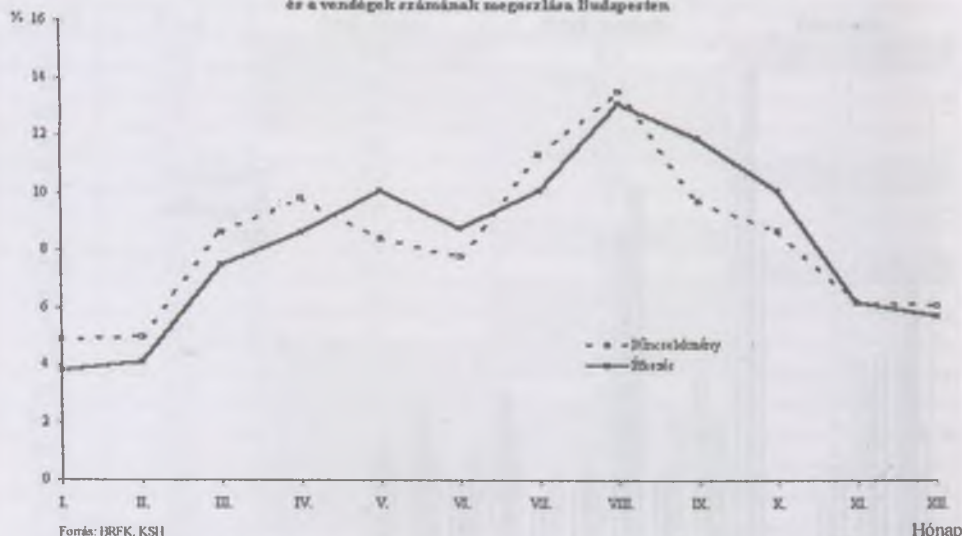
ahol sokszor egész éjjel szólnak a meghibásodott riasztók, mint a csendesebb és zártabb budai környékeken. Pest belső kerületeiben élő, a bűnelkövetésre hajlamos csoportok számára inkább csábítást jelent a gépkocsikban felejtett érték, mint a budai lakosoknak. A feltöréseket mindig azon a környéken érdemes elkövetni, amelyet az illető jól ismer, így veszély esetén könnyen talál búvóhelyet. Mivel Pest belső kerületeinek szállodái nincsenek messze a slumosodott városrészekről, így inkább ezek vendégei számíthatnak gépjárműveik feltörésére. A pesti zseblopások kiugróan magas számát az előbb említett társadalmi okokon túl, abban kell keresnünk, hogy a turistacélpontokhoz vezető tömegközlekedési útvonalak – amelyek a zsebesek kedvelt vadászterületei – többségükben a pesti oldalon találhatók.

Az egyes kerületeket tekintve is felfedezhetünk figyelemre méltó anomáliákat, amelyek alátámasztják a fenti gondolatokat. Az átlagot meghaladó személygépkocsi lopást regisztráltak a főváros I., II., III., XI., XII., XIII., XIV. kerületében, amelynek oka nemcsak az itt található színvonalasabb kereskedelmi szálláshelyek magas koncentrációjában – s ezzel párhuzamosan az igényesebb vendégkör jelenlétében – keresendő, hanem abban is, hogy ezek a kerületek adnak teret a vegyes vállalatok irodaházainak, képviseleteinek, amelyek környéke célterülete a gépkocsi tolvajoknak.

A személygépkocsi-feltörések esetében kissé módosul a kép, az I. kerület és a XII. kerületben e bűncselekményfajta jelentős visszaesést mutat a gépkocsi lopásokhoz képest. Ennek oka abban keresendő, hogy a kevésbé profi bűnelkövetőknek e térségek nagyobb kockázatot jelentenek a nagymértékű nappali forgalom miatt (a feltörést motiváló értékeket inkább napközben hagyják a gépkocsikban a külföldiek). Továbbra is vezet a statisztikát a II., a III., a XIII., és a XIV. kerület, amelyekhez felzárkózik a helyi lakosság társadalmi státuszából adódóan a IV., a VII., a IX. és a X. kerület is.

25. ábra

Külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények
és a vendégek számának megoszlása Budapesten



A klasszikus turizmus és a városi bűnözés kapcsolatát leginkább a zseblopások területi eltérésének vizsgálata esetében érhetjük tetten. A külföldiek sérelmére elkövetett zseblopások közel kétharmada három, a turisták által – igaz, más-más okból – leginkább frekventált kerületben (I., V., VIII.) történik. A zseblopás kriminológiai feltétele a tömeg és a figyelmetlen, gondatlan áldozat. Az I. kerületben a Várba vezető tömegközlekedési eszközökön, a látnivalókban való gyönyörködés közben, és a Déli-pályaudvaron válnak áldozattá a külföldiek. Az V. kerületben döntően a tömegközlekedési eszközökön, elsősorban a Deák téri metrócsomópontban, míg a VIII. kerületben a Keleti pályaudvaron és környékén, és a józsefvárosi „KGST”- piacon esnek a tolvajok áldozatul a turisták.

A 25. ábra bizonyítja, hogy a turisták érkezése és a sérelmükre elkövetett bűncselekmények időbeli eloszlása szorosan összefügg. Jól nyomon követhető, hogy elő- és utószezonban alacsony a bűnesetek száma, míg főszezonban az érkezésekkel párhuzamosan növekszik a vendégek veszélyeztetettsége is.

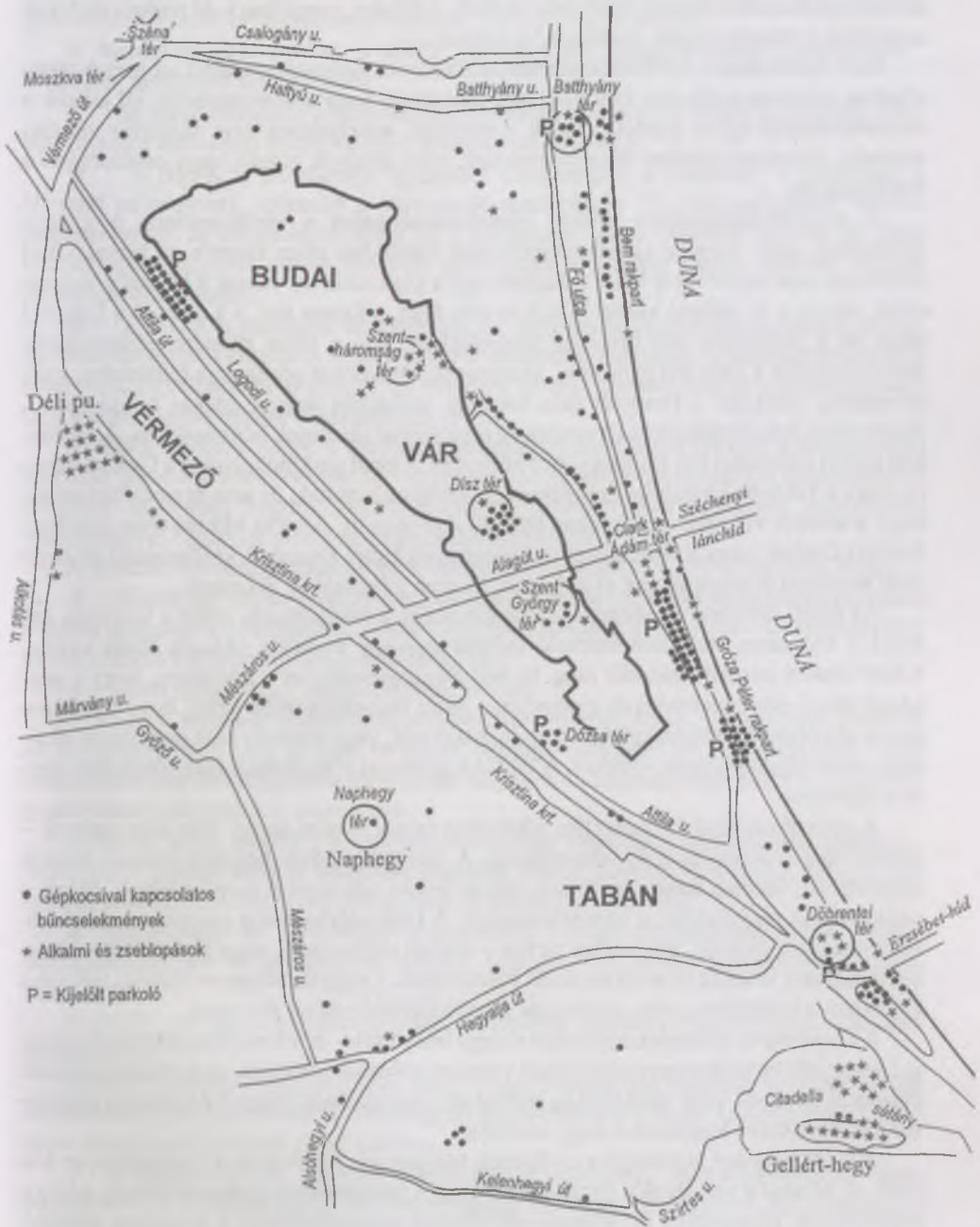
Egy turistaközpont bűncselekményeinek területi vonatkozásai

Kérdőíves felmérésünk során igazolódott, hogy a Budapestre látogató külföldiek 70 százaléka felkeresi a Budai Várat, mint a főváros egyik legjelentősebb – 1988 óta a Világörökség részét képező – vonzásadottságát. Abból az elvi feltételezésből kiindulva, hogy az I. kerületben a külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények pontos helyének és idejének szoros összefüggésben kell lennie a turista cél-, illetve kiindulópontokkal, a kerületi rendőrkapitányság által rendelkezésünkre bocsátott 1995. évi adatok és személyes terepbejárás alapján elkészítettük a városrész egyedi bűnözési térképét. Ezen a külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények két leggyakoribb típusát és azok területi gyakoriságát ábrázoljuk (26. ábra).

A térkép elkészítésénél figyelembe vettük azt a tényt, hogy a kerületet klasszikus tu-

26. ábra

Budapest I. kerületében a külföldiek sérelmére elkövetett kiemelt bűncselekmények területi megoszlása



Fejelet: 1. ker. Rendőrkapitányság

ristacéllal felkereső vendégek döntő többsége májustól szeptemberig terjedő időszakban látogatja a városrészt. Ezt megerősíti, hogy a külföldiek sérelmére elkövetett bűnesetek 70 százaléka szintén erre az időszakra esik a kerületben, így a vizsgálatba mi is ezt az öt hónapot vontuk be. A térképen külön ábrázoljuk azokat a bűncselekményeket, amelyek személygépkocsihoz (jármű önkényes elvétele, feltörése, rongálása,) és azokat, amelyek személyhez (alkalmi lopás, zseblopás) kötődnek.

Az I. kerületben a külföldiek sérelmére elkövetett bűncselekmények az esetek többségében szorosan területhez kötöttek, ami azt jelenti, hogy a koncentrációk jól lefedik a turistaútvonalak egyes pontjait. Azok a térségek, amelyekben nem található vonzás-adottság, láthatóan kevésbé veszélyeztetettek, mint amelyek induló, vagy célállomásai a vendégeknek.

A személygépkocsihoz kötődő bűncselekményeket a várlátogatásra, a gyógyfürdőzésre, vagy éjszakai szórakozásra induló külföldiek ellen követik el. Mivel a Vár területére csak engedéllyel lehet behajtani, így a gépkocsik ott válnak a bűnözők áldozataivá, ahova a jól látható közúti táblák terelik őket, a Dózsa téri, a Lovas és a Lánchíd utcai és a Batthyány téri őrizetlen parkolóban. Aki a tiltás ellenére gépkocsijával felmerészkedik a Dísz téri parkolóig, az ugyanúgy számíthat gépkocsija feltörésére, vagy ellopására, mint aki a Hunyadi utca bármely szakaszán hagyja értékes tulajdonát. A Rudas vagy Rác fürdőbe érkező vendégek gépkocsijai sincsenek biztonságban. A fürdőkhoz közeli Döbrentei tér, Hadnagy utca környéke is kínál parkolóhelyeket a Gellért-hegyre, vagy a Tabánba kirándulni szándékozó külföldi turistáknak, de arra itt sincs biztosíték, hogy a sétából visszatérve épségben találják a gépkocsit. Az Ybl Miklós téren található Várkert Casino, vagy a Bem rakparton horgonyzó Hotel Dunapart szállodahajó és night club vendégei is akkor járnak el helyesen, ha nem gépkocsival érkeznek.

Az üzleti turizmus vendégei is áldozatul esnek a bűnözőknek, mind a Hegyalja úti, mind a Mészáros utcai koncentráció mögött egy-egy irodaház (Alagút Buda Center, Közti Center) jelenléte húzódik meg. Itt kell megjegyezzük azt a jelenséget, hogy a gépkocsit érintő bűncselekmények gyakorisága nincs összefüggésben azzal, hogy a tulajdonos őrzött (azaz fizető) parkolóban hagyja tulajdonát, vagy bármely más parkolásra alkalmas – nem kijelölt helyen – parkol. A külföldi gépkocsi ellopásának esélye mindkét esetben egyforma.

A turistáknál lévő értékek ellen elkövetett esetek – mint ahogy erre már utaltunk – motivációja a tömeg és a figyelmetlenség. A Déli-pályaudvar helyzete sajátos, hisz itt nemcsak a I. kerület, hanem a főváros, sőt az ország vendégei is megfordulnak. Mégis a városrészben regisztrálják a bűncselekményt. A Déli-pályaudvar a csomag és zseblopások klasszikus területe. Az óvatlan turista – mialatt tájékozódik, vagy jegyet vált – könnyen áldozata lehet az itt tevékenykedő bűnözőknek. Leggyakrabban az ifjúsági turizmus keretében a hátizsákos, több csomaggal érkező külföldi válhat áldozattá.

A Citadella és a Szabadság-szobor a nagy értékű foto- és videófelszereléseket hanyagul felügyelő turistákra specializálódott vakmerő tolvajok Mekkája, akik miután kitépték áldozatuk kezéből, vagy nyakából az értéket úgy menekülnek, hogy gyakran testi épségüket veszélyeztetve leugranak a hegy oldalába.

A zseblopásokat leginkább a zsúfoltabb Mátyás templomban és a Halászbástyán követik el. Mialatt a vendégek a templomban vagy a panorámában gyönyörködnek, addig a zsebtolvajok kihasználva az állandó zsúfoltságot megszabadítják a turistákat pénztárcáiktól.

¹ Az idegenforgalmi rendőrség elnevezést nem tartjuk helyénvalónak, mivel arra utal, hogy a Rendőrség ezen szervezeti egységét a turisták ellenőrzésére hozták létre.

A bűnmegelőzés gyakorlata

A turistákat ért atrocitások visszaszorítására a Budapesti Rendőrfőkapitányság (BRFK) és az Ipari Kereskedelmi és Idegenforgalmi Minisztérium (IKIM) Turizmus Szakterülete között 1998-ban megállapodás született, mely szerint:

A turisztikai főszezonban a *BRFK* úgynevezett „idegenforgalmi rendőrséget”¹ működtet, amelynek keretén belül:

* az idegenforgalmi szempontból frekvenciált területeken járőröző rendőrök mellett, illetve a biztosított rendezvényeken tolmácsot alkalmaz;

* a BRFK a Rendőrségi Igazgatási Központban, a Budavári, a Belvárosi, a Nyugati pályaudvari, valamint a Városligeti rendőrsőrsön 24 órás szolgálatot biztosít panaszfelvételi és információs céllal és a szolgálatot ellátó rendőrök mellett az adott kerület sajátosságaiból adódó speciális igényeknek megfelelő idegen nyelven beszélő tolmácsokat alkalmaz;

* a BRFK a panaszok felvételéhez, az ügyintézés gyorsításához idegen nyelvű nyomtatványokat, valamint a veszélyeztetett területeket bemutató, a bűncselekményeket megelőző, figyelemfelhívó jellegű, az illetékes rendőri szervek cím-és telefonjegyzékét tartalmazó, idegen nyelvű kiadványokat készít.

A *BRFK vállalja*, hogy a főváros turisztikailag frekvenciált részein a szezonálisan jellemző jogsértések megelőzése és visszaszorítása érdekében a turisztikai főszezonban a fővárosi és vidéki rendőr-szakközépiskolák állományából hallgatók szolgálatba vezénylésével biztosítja a fokozott közterületi jelenlétet.

A turisták biztonságérzetének növelését szem előtt tartva a *BRFK vállalja*, hogy:

✦ felállít egy olyan csoportot, amely racionális és rugalmas szolgálatsszervezéssel hivatott szolgálni a – közterületi rendőri állomány megerősítésén felül – az eseményekre történő lehető leggyorsabb szakszerű reakciót;

✦ ismét megnyitja a Budavári Rendőrsőrsöt.

A *kerületi rendőrfőkapitányságok* szolgálatsszervezésük során rendszeresen értékeli az idegenforgalom által érintett területek bűnügyi helyzetét és közbiztonságát, majd ennek eredményétől függően a frekvenciált helyeken és időszakokban helyi közbiztonsági ellenőrző szolgálatokat szerveznek.

A *BRFK igény szerint* – a hatályos normákban meghatározottaknak megfelelően – *biztosítja* a turisták által is látogatott nagyobb rendezvényeket és vállalja, hogy a biztosítási feladatokat ellátó rendőrök mellett tolmácsokat alkalmaz.

A *BRFK Sajtó és Társadalmi Kapcsolatok Irodája* folyamatosan *tájékoztatja* a közvéleményt az idegenforgalmi szezon kapcsán tett rendőri intézkedések eredményeiről.

A *BRFK vállalja* a gépjárműlopások, feltörések, valamint a zseblopások számának csökkentését

A *BRFK vállalja*, hogy az IKIM által, a megállapodásban foglaltak végrehajtásának ellenőrzésére delegált szakmai szövetséggel együttműködik. Segíti az adott terület turizmust érintő problémáinak vizsgálatában.

A megállapodásban rögzített rendőrségi intézkedések megvalósításának ténye önmagában is hozzájárulhat a turisták biztonságérzetének fokozásához. Ha a turisztikai szakma képviselőivel egyeztetett prevenciós munkára, a turistacentrumokban a rendőri

állomány demonstratív jelenlétére, és az idegen nyelvű kommunikáció hatékonyabbá tételére épülő intézkedéscsomagot sikerül a napi gyakorlatba átültetni, akkor nemcsak Budapest vendégei, hanem a helyi lakosság is kedvezőbben ítéli majd meg a főváros közbiztonsági helyzetét. A megállapodás főszövegben történő szerepeltetésével mintaként kívántuk bemutatni a turizmus és a közbiztonság kapcsolatának sokoldalú megközelítését annak érdekében, hogy a budapesti rendőrök is olyan turisztikai érdekességgé váljanak, mint a londoni bobbyk.

A turizmus és fogyasztóvédelem Budapesten

A személyi és vagyonbiztonság mellett a turizmus sikeres bonyolításában meghatározó jelentősége van a fogyasztóvédelmi rendszer működésének is. Turisztikai értelemben a fogyasztás biztonsága alatt értünk minden olyan tényezőt, amely a város vendégeinek áruvásárlása, a vendéglátásban történő fogyasztása, továbbá szolgáltatások igénybevétele kapcsán az elégedetlenség kiküszöbölését szolgálja. A fejlett társadalmakban – így Magyarországon is – szigorú jogszabályok védik a fogyasztót a gyártók és a szolgáltatók esetleges visszaéléseivel szemben. Amíg e téren a helyi lakosság érdekvédelme is gyakran nehézségekbe ütközik, addig a külföldi vendég szinte tehetetlenül szemléli az őt ért jogsértést.

1997 kora nyarán addig soha nem tapasztalt negatív kampány kezdődött a külföldi sajtóban a magyar idegenforgalom ellen. Világlapok óvták olvasóikat, nehogy kipróbálják a híres magyar konyhát, vagy meggondolatlanul betérjenek bizonyos fővárosi bárrokba. A nagykövetségek feketelistákat bocsátottak ki azokról a különösen veszélyes egységekről, ahol pincérnek álcázott kidobóemberek állították össze a rendszerint százazrekre rúgó számlákat, s legtöbbször fizikai erőszakkal kényszerítették ki a fizetést. A budapesti amerikai nagykövetség közleményében 12 olyan étterem és éjszakai klub szerepelt, amelyeket nem ajánlottak a turistáknak. A balkáni viszonyok megfékezése érdekében rövidesen 17 belvárosi üzletet hosszabb-rövidebb időre bezárattak az önkormányzat.

A 38. táblázat is mutatja, hogy a hatóságok fellépése eredményeként rohamosan csökkent a vendéglátásban korábban tapasztalt visszaélések száma. A panaszokat 24 órás szolgálatban fogadó Fővárosi Fogyasztóvédelmi Felügyelőség túlszámlázással foglalkozó vizsgálatai legtöbbször azt állapították meg, hogy nem történt a hatáskörükbe tartozó jogsértés. Általában az úgynevezett „konzumált fogyasztásra” panaszkodnak a vendégek. Ezekben az esetekben, alkalmi partnereiknek az itallapon szereplő, valós árral számlázták ki a rendelt (mégdrága) italt. Amennyiben csoportspecifikus bontásban vizsgáljuk a panaszosokat, megállapíthatjuk, hogy túlszámlázás miatt mind 1997-ben, mind 1998-ban Olaszország vendégei fordultak legtöbbször a magyar hatóságokhoz.

Budapest turizmusának másik gyenge pontja a taxiszolgáltatás. A mára már szabályozottnak nevezhető helyzetet megelőzően, 1997-ben 16, 1998-ban 13 bejelentés érkezett a külföldiek részéről a budapesti taxisok túlszámlázásai miatt². Ennél feltehetően jóval magasabb volt a valódi sértettek száma, akik az elutazásuk előtti órákban, útban a vasútállomásra, vagy a repülőtérre kapták kézhez az irreálisan magas számlát.

Másoknak információ, vagy kommunikációs nehézségek hiányában nem volt mód-

² 1992 óta jogszabály rendelkezik arról, hogy a taxiszolgáltatásra használt gépkocsikat sárga színű rendszámmal kell ellátni, és fel kell szerelni az adattárolásra alkalmas taxiórakkal. 1998. szeptember 1-től a Fővárosi Közgyűlés az utasok védelme érdekében rendeletben szabályozta a taxi szolgáltatásért kérhető legmagasabb tarifák mértékét. A limitált ár napközben kilométerenként 200, éjszaka 280, míg az időarányos díj percenként 50 forint.

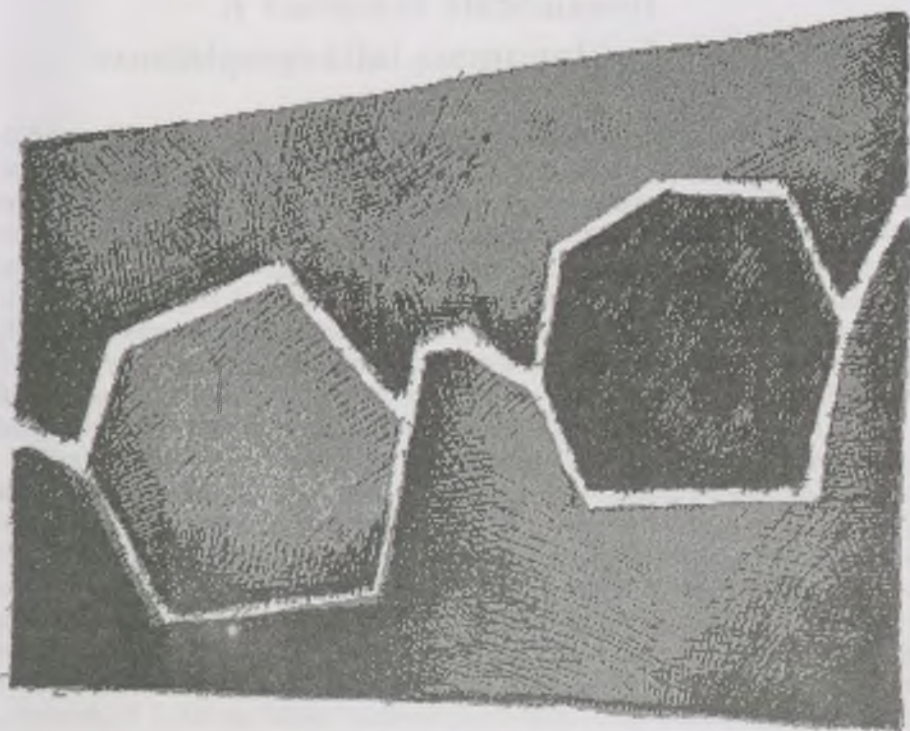
38. táblázat Külföldiek panaszbejelentései Budapesten (esetszám szerint)

	1997	1998	1999. I. félév
Vendéglátás	54	21	4
Taxi szolgáltatás	16	13	7

Forrás: Fővárosi Fogyasztóvédelmi Felügyelőség

juk a feljelentésre. Mivel a munkaszervezési feltételek nem biztosítottak, a jelenlegi helyzetben a panaszok azonnali kivizsgálására ritkán nyílik lehetőség. Jogszabályok szerint 30 napon belül kell a bejelentések valóságtartalmát feltárni, és a panaszost értesíteni, de Budapest megkárosított vendégének keserű emlékét a több száz, vagy több ezer kilométer távlatából érkező esetlegesen pozitív határozattal sem törölhetjük.

A városi turizmus vizsgálatának módszerei



A városi turizmus vizsgálatainak módszerei



Kevés olyan jelenséggel találkozhatunk a városi térben, amelynek tudományos igényű bemutatásához szükséges információbázis összeállítása a turizmus vizsgálatához hasonló nehézségekbe ütközik. Akár a turizmusban résztvevő személyek, akár a szolgáltató szféra, akár a városüzemeltetés, és -gazdálkodás, akár a turizmus által használt tér felől közelítjük a problémát, a legtöbb esetben ugyanaz a kérdés vetődik fel: hol a határ, kik, milyen tevékenységek, mely területek tartoznak a turizmus fogalomkörébe, hogyan választhatjuk le a város mindennapi életétől a turizmust?

A turizmus alkalmazott szociálgeográfiai szempontú elemzése

E könyv bázisát jelentő kutatások során abból indultunk ki, hogy a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazatának, a turizmusnak [138] Budapesten szükségyszerű minőségi átalakulásában a legfontosabb tényező maga az ember. Amennyiben a társadalmi tevékenység általunk vizsgált szférájának működtetéséhez nem fűződik emberi (egyéni, csoportos, vagy lokális) érdek, akkor a rendelkezésre álló szellemi és tárgyi feltételek gyengén hasznosulnak [16]. Tehát ahhoz, hogy a fővárosi turizmus megfeleljen az egyre komolyabb nemzetközi kihívásoknak, ismernünk kell a benne részt vevő és az azt kiszolgáló társadalmi csoportok magatartását. Ezt értékelve pedig segítenünk kell a lokális tudat kialakítását, az érdekek megfogalmazását, új szempontokkal gazdagítva a területfejlesztési és rendezési elveket.

A fenti elvárásoknak leginkább az alkalmazott szociálgeográfia célkitűzési és kutatási metodikája felel meg, amely a társadalom életfunkcióival összefüggő térképző folyamatokat és szervezeti formákat csoportspecifikusan elemzi. Erre azért van szükség, mert a mikroszintű társadalmi mozgások során a társadalom különböző csoportjai eltérő térformáló hatással rendelkeznek [109]. A szociálgeográfia alkalmazott irányzata az információk gyakorlati felhasználhatósága érdekében a tér – gazdaság – társadalom összefüggésének konfliktusait keresi azzal a céllal, hogy a központi és a lokális érdekek a tervezés során tudományos megalapozottsággal ütközzenek és jussanak megegyezésre.

Partzsch, D. [133] az üdülést (turizmust) társadalmi alapfunkcióként értelmezi és szociálgeográfiai alapkategóriának nevezi. A turizmus tehát a szabadidő eltöltésével kapcsolatos létmegnyilvánulás, térbeli aktivitás egyik formája, amelynek tér és társadalomformáló hatása egyaránt jelentkezik.

A könyv információbázisának (szándékosan nem adatbázist használtunk, ugyanis a

döntően ökonomikus szemléletű statisztikai adatközléseket meghaladó információkra támaszkodunk) összeállításához az alkalmazott szociálgeográfia módszereit vettük alapul, mivel azok átfogóbb és mélyebb betekintést adhatnak a vizsgált térben lejátszódó – a turizmussal összefüggő – folyamatokba.

Az alábbi áttekintés a kutatások során felhasznált metodikákról ad összefoglaló képet.

A hivatalos statisztika

Elengedhetetlen adatbázisul kell, hogy szolgáljon minden szociálgeográfiai kutatásban, mivel jellegénél fogva bizonyos normatívákban gondolkodik, így lehetőséget ad területi összehasonlító elemzésekre is. A Központi Statisztikai Hivatal turizmussal foglalkozó, vagy azt is szerepeltető kiadványai (Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, Budapest Statisztikai Évkönyve) azonban elsősorban a gazdasági elemzésekhez nyújtanak segítséget, és döntően a kereskedelmi szálláshelyekről (gyakran hiányosan, mivel több szálloda üzleti okokra hivatkozva nem közöl adatot, ill. teljesen hiányzik a nem szervezett fizetővendéglátás forgalma) beszolgáltatott forrásokra támaszkodik. Érthetően nem közöl információt területi bontásban a hazánkba érkező külföldi vendégek tartózkodási formájáról (turista, kiránduló, átutazó), állampolgárságáról, utazási szokásairól, így összehasonlításra sem ad lehetőséget. A lakosság körében végzett, tízévenként megtartott népszámlálási adatokra is csak feltételelesen lehet támaszkodni (ezek elengedhetetlennek lennének a csoportspecifikus vizsgálathoz), mivel azok korunk változó gazdasági, társadalmi formációja miatt hamar elavulnak.

Közzé nem tett adatok

Azok az információk tartoznak e körbe, amelyeket ugyan hivatalosan begyűjtenek és feldolgoznak, azonban hatalmas – emiatt közlésre nehezen bocsátható – adatbázissal rendelkeznek, és marginális, vagy annak tűnő információ tartalommal bírnak, esetleg megjelenésük személyiségi jogokat, üzleti érdekeket sérthet. Témánk szempontjából ilyenek lehetnek:

- ♦ az egyes szállodák vendékkörére;
- ♦ az idegenforgalmi adóbevételek területi (kerületi) eloszlására;
- ♦ a fizetővendéglátás működtetésére kiadott engedélyek területi (kerületi) eloszlására;
- ♦ a külföldi vendégek terhére elkövetett bűncselekmények típusára, területi (kerületi) eloszlására;
- ♦ a Fogyasztóvédelmi Felügyelőségénél nyilvántartott panaszok témák és a sértettek állampolgársága szerinti eloszlására;
- ♦ a BKV menetjegy-érékesítési statisztikájára vonatkozó adatok és összesítések.

Ide sorolhatjuk a közvélemény kutató intézetek – jobbára csak főbb eredményeit publikáló – felméréseinek felvételezési körzetenként történő bontásait is. A fenti információk nem titkosak, megtekinthetők. Elengedhetetlen azonban a személyes kapcsolat, hogy hozzájuthassunk az adatbázisokhoz. A kutatónak sok idő kell ahhoz, hogy a számítógépes adatokat saját koncepciója szerint rendszerezze.

Történeti források

Az üdülés (turizmus) mint alapfunkció egy vizsgált területen való jelentkezésének értékelésekor nem tekinthetünk el az esetleges múltbeli előzmények felkutatásától sem. Főleg a területfejlesztés, rendezés szempontjából szükségszerű, hogy városszerkezeti, valamint beépítési karakterek, műemlékek, természeti értékek, a lokalításra jellemző nevek ne tűnjenek el a későbbiekben. Ne kerülhessen sor a helyi tradíciók elhanyagolására, rosszul értelmezett utcakép, vagy tér kialakítására. Szem előtt kell tartani, hogy a lokalitás történeti tudata, önismerete, tradícióinak védelme és tiszteletben tartása az egyik legfontosabb közösségmegtartó erő.

Saját adatgyűjtés

Az empirikus, saját tapasztalaton alapuló módszerek, amellyel hozzájuthatunk ahhoz az információbázishoz, amely kiegészítheti, tartalmilag árnyaltabbá teheti a statisztikai elemzést, ugyancsak a szociálgeográfia eszköztárának részét képezik. A turizmus területi vizsgálatánál, mivel a hivatalos statisztikai adatközlésre ritkán támaszkodhatunk, ez a módszer több mint elengedhetetlen, ugyanis csak így juthatunk felhasználható és értékelhető információhoz, amely alapot adhat a későbbi elméleti viták lefolytatásához [163].

a, kérdőíves felmérés:

A hivatalos statisztika, a nyilvánosságra nem hozott adatok és az esetleges előzetes interjúk alapján állítjuk össze az ún. standard kérdőívet, amelynek az aktuális problémákra kell épülnie. A turizmuskutatás során döntően a vendégkörre, annak időbeli és térbeli magatartására, utazási szokásaira, a meglátogatott területről kialakult vélemény felmérésére törekszünk. De nem szabad megfeledkeznünk a lokalitásnak (a helyi lakosság és a szolgáltató szférában résztvevők) a turizmus funkcióhoz való csoportspecifikus viszonyának felméréséről sem. Reális fejlesztési javaslatot csak úgy készíthetünk, ha az adott terület turizmusában résztvevő összes tényező magatartását együttesen értékeljük.

A turisták kérdőíves megkeresése történhet a szállodában a recepción dolgozó alkalmazottak bevonásával, és kérdezőbiztosok alkalmazásával. A lokalitás felmérésére legcélravezetőbb a kérdezőbiztosok megbízása, vagy a kérdőívek postai úton történő kiküldése (direct mail).

b, interjú:

Célja egyrészt a vizsgált funkcióval – jelen esetben a turizmus – kapcsolatos belső problémák, konfliktusok érzékelése, másrészt a funkció sajátos, az adott területre jellemző működésének, működtetésének a feltárása.

Spontán interjúk készíthetők a standard kérdőívek összeállítását megelőzően a probléma előzetes körülhatárolása érdekében (külföldi turisták utcai megállítással), a kérdőívek kitöltetése közben a válaszok árnyaltabbá, pontosabbá tétele céljából, ill. mélyinterjú készíthető az adatok feldolgozását és kiértékelését követően a kapott eredmények kontrollja végett. Továbbá mélyinterjú készíthető a fent említett működés megismerése céljából, ekkor a kérdések előre meg kell küldeni, hogy a válaszadónak lehetőséget biztosítsunk a felkészülésre.

c, térképezés:

Mivel a turizmus területi és időbeli elterjedése, tér- és társadalomformáló hatása

leginkább a topográfiai és tematikus térképeken ábrázolható, így ezek problémacentrikus, leggyakrabban saját kezű, vagy számítógépes szerkesztése nemcsak a jelenség szemléletesebb ábrázolása szempontjából szükségszerű feladat, hanem a fejlesztés során a tervezők számára elengedhetetlen eszköz is. Az adott terület funkcionális térszerkezetének (különös tekintettel a turizmusra), a vendégek magatartásának és a lokalitás társadalmi jellemzőinek egybevetése is – a meglevő alapinformációkra támaszkodva terepbejárás során – a térképezés útján kerül bemutatásra.

Egy idegenforgalmi információbázis összeállítása

Az utóbbi években számos felmérést [76; 166] készítettek a szakemberek, amelyek többek között a hazánkba látogató külföldiek turisztikai magatartásával is foglalkoztak, azonban ezek országos szintű felmérések voltak, így regionális elemzésre szűkös adatbázisuk miatt kevésbé alkalmasak. Horwath, W. [58] empirikus úton feltérképezte a Budapestre látogató külföldiek „akciócentrumait”, azonban nem tért ki a turizmus és a város funkcionális kapcsolatára, a vendégek és a város csoportspecifikus magatartására. Ennek ismerete nélkül pedig nem érthetjük meg a vizsgált jelenség gazdasági, társadalmi, térbeli hatásait, felelősen nem tervezhetünk fejlesztéseket. Éppen ezért a turistákra vonatkozó vizsgálataink megpróbáltuk fényt deríteni a fővárosba látogató külföldiek csoportspecifikus jellemzőire (összetétel, motiváció, stb.) továbbá arra, hogy az őket fogadó szolgáltatók (utazásszervezők) programkínálata, vagy egyéni terveik fényében hogyan használják a várost, miként veszik igénybe szolgáltatásait és azokat hogyan értékelik¹. Információbázisunk összeállításakor egyrészt az 1995. október első felében elvégzett kérdőíves felmérésünkre támaszkodtunk – amely során a Pannonia Hotels Rt-hez tartozó négy különböző kategóriájú, a város más-más részén elhelyezkedő szállodában: Novotel**** (XII.ker.), IBIS Volga*** (XIII.ker.), Mercure Korona**** (V.ker.), Mercure Buda**** (I.ker.) –, továbbá a legfrekvenciáltabb turisztikai célpontban, a Budai Vár területén három különböző helyen történő véletlenszerű megállítás során, összesen 436 turista adatait és információit gyűjtöttük össze. Másrészt a külföldiek beutaztatásával foglalkozó két legnagyobb hazai vállalat az IBUSZ és az EXPRESSZ illetékes vezetőivel készítettünk mélyinterjút. Továbbá felhasználtuk a „'96 Magyarország” elnevezésű milicentenáriumi rendezvénysorozat külföldiek számára megjelent, 1100 programot tartalmazó kiadványát, amelyből a budapesti kulturális és turisztikai rendezvények területi kiterjedését próbáltuk rekonstruálni.

A turizmus működtetésére vonatkozó vizsgálatainkat elsősorban mélyinterjűk készítésére alapoztuk. Mivel ezek bemutatására az egyes fejezeteknél sor került, ezért itt csak összefoglaljuk, mely szakemberek közlése alapján jutottunk a turizmusra vonatkozó információkhoz: a Főpolgármesteri Hivatal, a kerületi önkormányzatok, a

¹ 1998. augusztus és október között a GfK-Hungária Piackutató Intézet a bel- és külföldi turisták között kérdőíves felmérést folytatott, amelynek keretében hat kiemelt budapesti rendezvény helyszínén (Pepsi-sziget, Forma-1, Operafesztivál, Atlétikai Európa Bajnokság, Borfesztivál, Budapesti Őszi Fesztivál) 160–060 vendéget kérdeztek meg. A kérdőívek elsősorban a rendezvénnyel kapcsolatos véleményeket mérték fel, de a vendégek turisztikai magatartására is kitértek. Ugyanebben az időszakban a GfK-Hungária a külföldi látogatók, a tartósan itt élő külföldiek és a hazai lakosság körében végzett kutatást, amelynek célja Budapest imázsának feltérképezése volt. Azt vizsgálták: mit jelent számukra a város, mit szeretnek és mit nem a fővárosban, mely részeit és rendezvényeit tartják vonzóknak, miben érzik egyedinek, miben különbözik a többi európai nagyvárostól, milyen jellegű változtatásokat javasolnának, hogy még komfortosabbá és szebbé tegyék a várost.

Fogyasztóvédelmi Felügyelőség, a Budapesti Rendőrfőkapitányság, az I. kerületi rendőrkapitányság, a Budapesti Közlekedési Vállalat, a Magyar Kongresszusi Iroda Egyesülés munkatársai.

Kutatásaink során arra törekedtünk, hogy a Budapest egészére vonatkozó turisztikai vizsgálatok megállapításait egy úgynevezett célterületen (turistaközpontokban) végzett mikrofelméréssel támasszuk alá, ill. a jelenség bemutatásához hiányzó szegmensekkel egészítsük ki.

Budapest turisztikailag frekvenciált térségei közül a Budai Vár, mint célterület kiválasztásában közrejátszott, hogy:

- ♦ az 1995-ben folytatott szállodai kérdőíves felmérésünk megerősítette azt a hipotézist, hogy a Budapestre érkező külföldiek által leglátogatottabb városrész, az első kerületben található Budai Vár (a megkérdezettek 71,6 százaléka keresi fel);

- ♦ 1988-ban az UNESCO a Világörökség részének nyilvánította a Budai Várat, ezáltal még inkább a nemzetközi érdeklődés középpontjába került, így a vele szemben támasztott fokozódó minőségi igényeknek csak jól előkészített, a terület funkcionális kapcsolatait számba vevő fejlesztéssel tud megfelelni;

- ♦ a turizmussal kapcsolatos csoportspecifikus magatartás ebben a városrészben várhatóan területileg jól elhatárolható, mivel a kerület Várra eső területén élő lakosság közvetlen kapcsolatba kerül a turistákkal, míg az azon kívül élőknel az érintkezés már csak közvetett;

- ♦ az előzetes tájékozódás alkalmával kiderült, hogy az első kerület önkormányzatától nemcsak elvi, hanem gyakorlati segítséget is remélhetünk a kutatómunkánkhoz, mivel a tervezés során a városrész vezetése is számított a tudományos eredményekre.

A felmérés (melyet 1995. októberének első két hetében végeztünk) során 690 első kerületi lakost kerestünk meg a lakásán kérdező biztosok segítségével. A lakosság két százalékára kiterjedő vizsgálatot, úgy végeztük, hogy a megkérdezettek felét a kerület Váron belül élő lakossága közül választottuk, míg a másik felét a városrész többi részéből (Krisztinaváros, Tabán, Viziváros, Gellért-hegy). Abból a feltevésből indultunk ki, hogy más véleményt alkotnak majd azok a lakosok a turizmusról, akik a leginkább látogatott városrészben élnek, mint azok, akik a turizmussal csak közvetett kapcsolatban vannak.

A vizsgálat reprezentativitásának megítéléséhez a 39. táblázat bemutatja a megkérdezettek társadalmi státuszát összehasonlítva az 1990. évi népszámlálás adataival.

39. táblázat A lakossági felmérésben résztvevők adatai százalékban

Társadalmi státusz / Év	1990	1995
0-35 éves	35,9	23,4
36-50 éves	20,5	21,5
51-65 éves	20,8	25,8
66- év felett	22,8	29,3
Nő	56,9	59,7
Férfi	43,1	40,3
Fizikai foglalkozású	29,8	17,2
Szellemi foglalkozású	70,2	82,8
Nyugdíjas	36,3	59,6

Forrás: KSH, saját adatgyűjtés, 1995. Az 1990. évi népszámlálási adatokat az össz. lakónépesség százalékában, míg az 1995. évi adatok a megkérdezettek százalékában adtuk meg.

Európai vizsgálatok

A turizmus egyike az államhatárokat jelképezzé tevő, az európai integrálódást elősegítő folyamatoknak, ezért a jelenség egységes szemléletű vizsgálata, a statisztikai módszerek harmonizálása elengedhetetlen feladat. Az eltérő fogalmi, elszámolási és adatgyűjtési rendszerek miatt ma még nem hasonlítható össze Európa országainak turisztikai teljesítménye. A WTO ajánlása alapján kialakított úgynevezett szatellit számlarendszer bevezetésének alapjául szolgál majd a statisztikai módszertan egységesítésének állomásaként értelmezett új adatgyűjtési rendszer meghonosítása [72]. Ennek révén nyomon követhető lesz az egyes ágazatok hozzájárulása a turisztikai bevételekhez és létrejön egy közös nyelv, amelynek szavai ugyanazt jelentik minden turisztikai szakember számára.

Az európai városok turistaforgalmának összehasonlítása érdekében a FECTO² évente összegyűjti a városok turisztikai hivatalaitól az elmúlt évi vendégforgalmi statisztikát és az adatok felhasználóbarát rendezését követően egy kötetben megjelenteti [191]. A vendégéjszakák és az érkezések számának bemutatására épülő kötet 83 európai város vonatkozó statisztikai adatait tartalmazza.

Mélyebb elemzésekre ad már lehetőséget a *EuroCity Survey* nevű kiadvány [44], amely 29 város 367 szállodájának vendégforgalmi, foglaltsági, szobaárbevételi adatait tartalmazza az időbeli változások függvényében. A kötet összeállítói azonban érthető módon leszűkítették a felmérésbe vont szállodák körét, így csak a minőségi elvárásoknak megfelelő hotelek (Budapest 13) információi alapján tájékozódhatunk az európai városok turizmusa iránt.

Témánk szempontjából figyelemre méltó kezdeményezésnek tűnik a FECTO által szorgalmazott átfogó európai felmérés, amely kettős céllal indult. Egyrészt segíteni kíván az egyes városok számára, hogy felmérjék vendégeik körét, fogyasztási szokásait, benyomásait, véleményét, másrészt egy egységes kérdőív kialakításával összehasonlíthatóvá kívánja tenni a városok turisztikai eredményeit. A kézirat lezárásáig csak a Budapesti Turisztikai Hivatal által készített felmérés eredményeit adták közre, amely egy 2000 fős mintán tudományos igényességgel mutatja be Budapest vendégeinek turisztikai jellemzőit.

² FECTO = Federation of European Cities' Tourist Offices (Az Európai Városok Turisztikai Hivatalainak Szövetsége)

ÖSSZEGZÉS

Számomra mindig az volt a legnehezebb feladat, amikor arra kértek, foglaljam össze néhány mondatban a közlésre leadott tanulmányomat, vagy az előadásra szánt témámat. E könyv esetében sem történt másképp, igaz az összefoglalás angol nyelven jelenik meg. Itt elsősorban azokat a gondolatokat szeretném közreadni, amelyek a lektori vélemények kézhezvételét követően, a szerkesztővel való egyeztetés során merültek fel bennem, illetve a kutatási téma jövőjével kapcsolatosak.

Komoly dilemma elé állított a könyv címének megválasztása. Elismerem, az, aki kézbe veszi a könyvet – a címe alapján – joggal elvárhatja, hogy a városi turizmussal kapcsolatos hazai és nemzetközi viszonylatban felhalmozódott tudással ismerkedhet meg. Azonban be kell látni, hogy a turizmus tudománnyá való fejlődésének abban a szakaszában járunk, amikor az egy-egy részterületet művelő gyakorlati szakemberek már képesek az ismereteik közvetítésére, de azok rendszerben vagy folyamatban való elhelyezése még gyakran hiányzik. Könyvemben egy sajátos tér, a város alkotja a rendszert, és a turizmusra ható, vagy ott megjelenő mennyiségi és minőségi változások jelentik azt a folyamatot, aminek a rendszerrel meglévő kölcsönhatásait vizsgálom. Mivel Magyarországon a turizmus – eddig nem vizsgált – városi sajátosságai e helyen kerülnek először egységes bemutatásra, ezért adtam az esetlegesen túlzott várakozásra okot adó címet. Nem állítom, hogy a városi turizmus kapcsán ne lehetne még több összefüggésre rámutatni, sőt remélem, hogy a turizmus egyes részterületein dolgozó – a könyvben közre-dottakat meghaladó ismeretekkel rendelkező – kollégákat sikerült arra inspirálnom, hogy átgondolják, és a turizmus irodalmát bővítve bemutassák szakterületük városi vonatkozásait.

Belátom, a könyv címe megtévesztésre adhat okot abban a vonatkozásban is, hogy nem hívom fel az olvasó figyelmét a téma bemutatásának területi koncentráltságára. A városi turizmus sajátosságait elismerő gondolkodásmód eredményes terjesztése érdekében szándékosan nem szerepeltettem a „Budapest példáján” meghatározást. A könyv írása során igyekeztem szem előtt tartani, hogy az idegenforgalmilag potenciális magyarországi települések turizmusában érintett szakemberek számára is hasznos

ismerteket tudjak közvetíteni. Megítélésem szerint, a városi turizmus problematikájának feltárása szempontjából nem elsődleges, hogy Budapesten, Bécsen, vagy New Yorkon keresztül közelítünk, sokkal inkább meghatározónak tartom, hogy a turizmus egyes szegmenseinek és kapcsolatainak városi sajátosságaira helyezzük a hangsúlyt. Természetesen tisztában vagyok azzal, hogy egy kutatási terület sem emelhető a tudomány rangjára széleskörű nemzetközi összehasonlítás nélkül, ezért ehhez kíván a könyv olyan alapokat teremteni, amihez viszonyítva egy kitekintés már sikeresen elvégezhető.

Egy kutatás befejezésekor fel kell tenni a kérdést, valóban megnyugtatóan lezárható az adott témában megkezdett vizsgálat, vagy esetleg maradtak feltáratlan területek. A kutatói pályán való elindításomban meghatározó szerepet játszó *Süli-Zakar István* mondta nekem egyszer: „Öregem, Budapest turizmusával olyan témát választottál, ami legalább tíz évre elegendő feladatot ad neked”. Be kell vallanom, igaza volt. Jelenleg mégis úgy ítélem meg, hogy a szociálgeográfiai megközelítésű idegenforgalmi vizsgálataim során a továbbiakban nem szorítkozom Budapestre. A jövőben néhány, a gazdasági, társadalmi folyamatokra relevánsan ható, a térbeli változások kimutatására alkalmas turisztikai termék országos és nemzetközi bemutatása mellett kívánom azok városi kapcsolódásait vizsgálni.

SUMMARY

The summary section of the report provides a concise overview of the key findings and conclusions of the study. It highlights the most significant results and discusses their implications for the field of research. The summary is intended to provide a quick and easy-to-understand overview of the study for those who are interested in the topic but do not have time to read the full report.

The study was conducted using a mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative data. The quantitative data was collected through a series of surveys and experiments, while the qualitative data was collected through interviews and focus groups. The results of the study show that there is a strong correlation between the variables being studied, and that the findings have important implications for the field of research.

The study also identified several limitations and areas for future research. It is important to note that the study was conducted in a specific context, and the findings may not be generalizable to other contexts. Future research should aim to address these limitations and explore the findings in more detail.

In conclusion, the study provides a comprehensive overview of the research findings and their implications. The results of the study are significant and have important implications for the field of research. The study also identifies several limitations and areas for future research, which should be addressed in future studies.

SUMMARY

Theoretical bases and practice of urban tourism

Introduction

A modern interpretation of tourism necessitates inter-disciplinary approach, in which geography should play a decisive part. This was my motivation in choosing urban tourism as a research topic considered a 'blank spot' in the investigations into Hungarian tourism. An ideal venue for it is Budapest, the only settlement of the country with an absolute international attraction. Research work was performed in the Geographical Research Institute of the Hungarian Academy of Sciences between 1995 and 1998. My efforts were focused on the international tourism of Budapest, because since the change of power (1990) domestic tourist industry – suffering decline due to difficulties in the national economy – has not been able to generate solvent demand sufficient for the development of the sector.

When writing the book, keeping in view the inter-sectoral character of tourism, I was striving to unfold hitherto unknown relationships between foreign visitors, the local society, the service sector, and public administration in a broader sense. The attitudes of the above participants of tourism toward basic functions of the city differ profoundly and this may lead to conflicts in the course of the development of the sector. These controversies should be identified as soon as possible. Keeping in mind the practice-oriented and scientific approach to the preparation of regional development and physical planning, requirements of tourism to the functional spatial structure of the city were examined together with modifying effects of the former on this pattern.

My research work laid in the fundament of this book differed from the earlier studies of chiefly economic character, concerning both its objectives and methodology. Tourism as a way of spending leisure time was also examined as a sector active in formation of space, economy and society.

I did not attempted to present a comprehensive social geographic picture of tourism in Budapest so I have not revealed all the group-specific relationships of the function discussed. Nevertheless, based on the research of my own I was trying to present an analysis of the characteristic segments of tourism having undergone a qualitative change recently.

Most of the participants of international tourism visit coastal, urban, rural and mountainous regions. Visits to the above areas during a particular journey can be sequential or overlapping in time but in each case the places and circumstances of the tourist's reception make an impact on his/her behaviour. At the same time tourism also belongs to factors transforming the environment. The sector can be prosperous only if the receiving society shows readiness to handle various types of the tourist industry (among them urban tourism).

Preliminaries and methods

Ashworth, G. (1992) distinguished three categories of the investigations into urban tourism according to research aspects. First includes approaches to the appearance of tourist services such as hotels, restaurants, places of interest, shopping facilities in the urban zones emphasizing analyses of their spatial distribution on the basis of a priori categories (Matern, V. 1982, Montanari, A and Muscara, C. 1995). The second group comprises investigations describing the visitors of urban tourist centres, the motivations of tourist trips, and revealing the activities and behaviour of tourists. Studies on how the tourists view the cities and towns visited also belong here (Barbier, B. 1983, Jansen-Verbeke, M. 1986, Butowski, L. 1993). The third category contains descriptions and analyses of planning activities concerning urban tourism (Hartmann, R. 1984, Schflein, S. 1994, Gariépy, M. 1995). Demand on research of the latter kind comes partly from planners, partly from the private sector and it is basically motivated by interests in tourism. Other studies cover historical aspects of the emergence of the tourist industry (Maier, J. 1972, Kaspar, C. 1992), and the role of the sector in the formation of economy in general (Shaw, G. and Williams, A. 1994, Blank, U. and Petkovich, M. 1987) and the social impacts of tourism (Page, S. 1995, Pearce, D.G. 1989).

During my research the human factor was considered as a main tool in transformation of tourism in the Hungarian capital. In the case when human (individual, group or local) interests are not associated with the operation of the system of tourism as a whole, personal and material endowments are utilised poorly (Berényi, I. 1992). In reshaping tourism in Budapest to make the city able to respond to international challenges there should be a knowledge of the behaviour of the participating and serving groups of society. After analysing this, positive local patriotism should be encouraged, interests must be formulated and new aspects and concepts are to be included in urban masterplans and physical plans.

The above requirements can be met through the involvement of the objectives and research methods of applied social geography i.e. of a group-specific analysis of spatial processes and organisational forms related to the life functions of society. This is indispensable owing to the different capability of the various social groups to influence the spatial transformation through social processes at the micro-level, such as urban tourism (Lettrich, E. 1972). An applied trend of social geography seeks for conflict sources within the integrated system space-economy-society. It is mainly targeted at outlining and reconciliation of central and local interests in the course of planning and through providing scientific fundamentals for this procedure. Information base of the present book was established in accordance with methods of applied social geography. These methods (analysis and evaluation of the official statistical data; acquisition, systematisation and

analysis of unpublished data; searching for historical sources and building them into the study; filling in questionnaires; interviewing; mapping) may provide a deeper insight into tourism-related processes over the geographical area in concern.

Cities in the world tourism

Capital cities in Europe – with a few exceptions only – are tourist centres as well, their role in the touristic sector of the nation, however, varies considerably. Concerning visitors' nights, for instance, Paris shares a mere 1.6 % in the tourist traffic of France (a 'great power' in world tourism), while London does 16.3 % in that of the United Kingdom, also frequently visited by foreigners. Tourism shows an even higher concentration in Hungary, where 28 % of visitors' nights occur in Budapest. National importance of capitals with similar endowments primarily depends on the ability of other regions of the country to participate in the tourist traffic, through their attraction, infrastructure and marketing policy. Hotel reservations in a tourist centre is an important indicator of the interest toward the given settlement on the world market of tourism. According to a survey conducted among high class hotels throughout Europe (based on hotel reservations) Budapest had gained a favourable position in 1989 and 1990, i.e. in years of political transformation (4th and 2nd place, respectively). Composition of the tourist traffic is determinant in the attraction of destinations. Based on a survey among hotels of the highest categories Budapest was the first in attracting guests from Europe (63.8 %) in 1997.

According to the forecasts of the WTO, directions of tourist flows are to be changed worldwide. Cities and towns with a broad spectrum of tourist attractions are to play an increasing role in the future, while seaside resorts offering narrow range of leisure opportunities are to be visited by less people. In order to rise efficiency, basic tourism-related functions of urban settlements are to be modified and marketed in a way promoting response to expectations of 'exclusive' tourism.

Urban centres are visited by tourists because they offer a wide range of goods and entertainment services meeting highly different demands. According to a marketing approach to tourism the city is a leisure-time commodity, used by its consumers for enriching personal experience and knowledge. Urban tourism attracts new social layers time by time raising new demands and the change in fashion might produce shifts in these requirements as well. These are the reasons why urban leisure activities undergo differentiation, specialisation and, in many cases, personalisation. Consequently, spatial framework of tourism is in a constant change when adapting to the new conditions.

Tourism policy and urban development

Local governments of cities and towns are the most suitable administrative bodies to co-ordinate tourism policy within an area and to promote practice of sustainable development.

Due to the utmost importance of tourism, Municipality of the City of Budapest comprises organisational units and bodies on the administrative level (Subsection on Tourism), in decision making (Commission on Tourism) and on the executive level (Touristic Board of Budapest).

In most of the district municipalities of the Hungarian capital (they are 23), however, no official can be found to collect data and information concerning the tourist industry. There is no co-ordination between the activities of the Municipality of the City of Budapest, the district municipalities, the chambers of commerce and industry and professional associations, places of commercial accommodation, units of catering trade, civil organisations and cultural establishments.

Mayors of the district municipalities are entitled to decide about the competence in touristic affairs and do that differently. Consequently, in these local governments responsibility for the tourist industry varies from the deputy mayor to chief architector, from the offices of entrepreneurship, management, or human services to the bureau of education and culture.

Tourism is an activity associated with permanent movement within the urban space so its prosperity depends on the transport facilities to a large extent. Tourism policy and transport policy of a city are in a close interrelationship and they are to be evaluated jointly. In Budapest foreign visitors increasingly use public transport facilities. A high level of the involvement of private cars also should be reckoned with. Such a considerable share of the individual transport needs increasing efforts in the development and maintenance of the road network, creation of parking lots and distribution of information signs, in this way helping in the transport of foreigners in Budapest.

High standard transport services provided for the guests from abroad have been contributing to the operation of the Budapest Transport Company (BKV) running mass transportation. Systems of daily ticket and ticket for three days' use were introduced chiefly for the sake of foreign visitors. Examining monthly distribution of ticket sales it can be stated that turnover is closely related to the number of visitors arriving in Budapest from abroad and through it the level of using mass transportation by the latter can be assessed.

In cities like Budapest, with both tourist attractions and central functions, having inherited its outward appearance and spatial structure from the different historical epochs, due to an inter-sectoral character of tourist industry, basic functions are overlapping between themselves (e.g. the Buda Castle quarter, beside its residential function, is frequently visited by foreign tourists, the Millennium Underground Tramway is one of the capital's public transport facilities also attracting foreign visitors as the first public conveyance of its kind on the continent). In this way a tourist centre should be conceived as an organic system of spatial units with different functions or of areal segments of mixed functions.

Touristic function of a city or town can be best described by the quantitative and qualitative parametres of infra- and superstructures. According to Kaspar, C. (1992) touristic infrastructure comprises only facilities serving for leisure-time activities. Special means and facilities of urban transportation (chair-lift, cable-railway, cog-wheel-railway and narrow-gauge railways, cycle path), thermal baths, museums, sport establishments, convention centres offer opportunities for the emergence of tourism, created by infrastructure. However, only through the development of the superstructure of the tourist industry (predominantly a system of places of commercial accommodation and catering trade) may urban settlements be turned into centres of tourism.

For an objective evaluation of the urban tourism, however, a further subdivision of the superstructure is indispensable. To meet different demands, an increasing number of foreign guests inquire at the information offices and travel bureaus, go to rent-a-car serv-

ices, places of currency exchange, photo-video and antiquity shops, art galleries, gift shops to be found all over the city. These are labelled as part of the secondary superstructure while places of commercial accommodation and catering trade are considered the primary superstructure. Elements of the secondary superstructure encourages spatial differentiation of the tourist industry, opens new areas for the urban tourism, hence encouraging the appearance of the primary infrastructure.

A survey was also conducted to reveal mechanisms of transformation of the spatial structure in the course of serving foreign tourists and quarters of Budapest needing developments to meet the tourists' demands.

Further it became established that the duration of visits of certain parts of Budapest depends on the the general length of stay in the capital. On the first day foreign tourists as a rule go to the Buda Castle and the CBD; the Margaret Island and Town Park are only programs for the fourth day of stay. When mentioning motivations of their visit to Budapest, a mere 3 % of foreigners indicated medical treatment as a primary target, though 31 % of them went to a thermal spa at least once. In general the idea evolved by Page, S. (1995) has proven to be real that there is a single original motivation to visit urban centres but eventually tourists are bound to use a broad range of services. The way of passing the time is influenced by the programmes advertised through information and travel bureaus and by the presence or absence of the qualified personnel of the tourist industry.

Social effects of urban tourism

Due to an intense effect of tourism, the probability of the emergence of conflicts between local society and tourists is higher in an urban environment than in a resort area having initially been designated for servicing tourists (Page, P. 1989). Therefore, permanent population is better prepared to avoid or to endure negative consequences.

Pearce, P. (1982) called attention to the primary importance of studies on social psychology of tourists, especially of their motivations. A knowledge of the origin of foreign visitors giving a preference to Budapest as a target and of the primary attractions might be instrumental for adapting tourist services to the real demand of the market.

In 1997 German citizens alone represented a similar share (20.6 %) within the total number of tourists registered in Budapest as those coming from the rest of West Europe (21.1 %) and from the American continent (19 %).

As far as travel motivations of the visitors are concerned, it was clear that foreigners were attracted to the Hungarian capital chiefly by the architectural heritage of the city. A favourable feature is that about a quarter of the visitors arrive in the city on business, because it is aspiring to be a financial centre of Eastern Central Europe. In contrast it is a pity that still a thermal spa of European fame and related services, Budapest presents an attraction only to slightly more than 3 % of the tourists.

Due to its fine geographical setting, attractive power and geopolitical location, Budapest has become a favourite place to visit. Nearly half of the interviewed tourists had already stayed in the capital earlier and this percentage was even higher for those arriving from Germany and West Europe. So they have a personal experience and knowledge about the city and pass their time differently from the American guests, a majority of whom arrived for the first time.

Financial benefits from tourism and its potential to create jobs can be quantified.

Social and cultural impacts on the tourists and the receiving community are often realised only in conflict situations, for instance when developments affecting tourism in the capital are hindered by the resistance of the local society (Page, S. 1995).

Our survey performed in the Buda Castle quarter was aimed at revealing benefits and disadvantages of tourism i.e. at their perception by local people. 75 % of the interviewed persons felt that tourism had had a positive impact on their life and 25 % considered the presence of the foreigners as unfavourable.

Tourist traffic has an effect on the everyday life of 86 % of the permanent population living in the city and 40 % of those in its surroundings.

1.2 % of the interviewed people had been entrepreneurial in tourism but half of them would have been willing to start a venture of his/her own in the tourist centre.

During their stay foreign guests make use of several interrelated services. Their return to Budapest is expected if they remain pleased with the standard of these services. The foreign guests are satisfied with most of the general and local circumstances, but 20 % of them complained about public sanitation, public security and mass transportation.

Our survey included questions addressed to the local population about the preparedness of Budapest as a tourist centre for the reception of the foreigners. This problem is intriguing especially because local people also go abroad, so they have sufficient experience to make comparisons with the places visited. On the other hand, directly or indirectly they become aware of the opinion of the tourists. Among positive examples catering trade was mentioned in the first place while among the negative ones the public lavatories were.

Strategic role of urban tourism in the local economy

A majority of local governments of the urban settlements are in aware that tourism create jobs, induces development and might be instrumental in the revitalisation of a declining economy. According to Law, C. (1993), however, there are experts who are skeptic about an unambiguously positive contribution of tourism to the development of the local economy.

In the occupational structure of Budapest the proportion of those working in the provision of accommodation and in catering trade was about 3 % of the active population. Tourism – in contrast to the public belief – is dominated by manual work: 69 % of those employed in the tourist industry are manual workers and 31 % of them are the white collars. Most of the labour force employed seasonally are also manual workers (cooks, waiters, auxiliary personnel in hotels and confectioneries).

Monthly salaries in the hotel services and catering trade were less than those of the average employees in Budapest for the time period studied.

In 1995, 33.4 % of the Hungarian GDP was provided by Budapest and the share of the Hungarian capital in GDP generated by the tourist industry was 40.8 %. The sector produced 2.1 % of Budapest's GDP in 1995.

Tax on tourism was introduced in Budapest in 1994. It was 2 % of the revenue from each visitors' night spent at commercial accommodation and was raised to 3 % from January 1, 1996.

The annual income from the tax on tourism makes up a small portion in the budget of the Municipality of the City of Budapest, still it is sufficient for shaping an independ-

ent tourism policy. District municipalities eager to improve conditions of tourism have an opportunity to use Budapest Tourism Fund established in 1995 from part of the tax on tourism, through tenders and individual applications. The budget of the Touristic Board of Budapest is covered from another part of the tax revenues. Also the most prominent cultural events of the Hungarian capital are supported from this fund.

When analysing urban tourism from the economic viewpoint a special attention was devoted to the so called paying-guest service (accommodation at private dwellings). This form of accommodation eases a burden on hotels and channelises the tourist flow in space and time. It forms part of the primary superstructure of tourism creating a reliable income source for the local governments using the revenues for the establishment of high quality tourism. In Budapest the utilisation of private flats for the purposes of tourism started in the 60's when hotels became unable to satisfy demands of tourism generated by political détente and a general development of economy. This form dictated by necessity had become decisive in providing accommodation for the foreign visitors by the end of the 70's, though its role diminished dramatically after the change of power.

An average duration of stay at paying guest accommodation nearly three times exceeds that in hotels. This is because it is much cheaper. With a longer duration of stay the guest might spend more and the city would have additional income. An average spending of a paying guest, however is left behind by that of a hotel guest. Paying guest service does not offer extra services, programmes or information, neither motivates tourists for spending, nor generates multiplier effects in the economy of Budapest (Mundruczó 1991).

Security of urban tourism

Security of urban tourism is a complex notion. In the first place this means a personal security of the tourist and his/her property but it includes orientation in an alien environment, the understanding of the local system of signs, the mediation of social conventions and last but not least the security of shopping and consuming.

Security of guest in an urban environment shows a close correlation with the prosperity of local tourism. Where tourists are knocked down and robbed, information signs and street plates are missing and no multi-lingual information is readable, where they do not dare to descend to subways being afraid of losing their way or because they are harassed by beggars, they do not walk in parks because they wish to avoid the sight of homeless people, where they are cheated when shopping or consuming in restaurants, where there is an incredible traffic congestion and no parking places are to be found, where a legal remedy takes months, we cannot speak of secure tourism as well.

Between 1993 and 1998 the number of foreign citizens as aggrieved persons in criminal cases increased from 6770 to 8387. The most frequent cases were car stealing (25.5 %), car forcing (20.3 %) and pickpocketing (22.2 %). Homicide and bodily harm were the rarest.

More than half of the aggrieved persons were citizens of Germany (32.6 %), Romania (10.9 %) or Austria (10.6 %). In the case of Germans and Austrians it can be explained by the fact, that due to geographical proximity and lifestyle they usually arrive by their own cars, so the latter itself, valuable radio and tape recorder or other personal property can be the objects of criminal case. The aggrieved persons at car stealing were

mostly German (56.5 %) and Austrian (18.4 %) citizens, at car forcing they were mainly of German (39.4 %) and Austrian origin (15.7%). As far as the proportion of arrivals and aggrieved persons are concerned there is a victimisation effect with the Romanian citizens. They arrive in Budapest to deal with shopping tourism and visit former 'Comecon markets' (with relatively cheap products sold by people arriving from the neighbouring countries and EEC, and by Chinese residents of Budapest) where criminality is high including the routes leading there. Since Romanians increasingly use mass transportation, no wonder that their share was high (18 %) among aggrieved persons suffering pickpocketing.

The 1st, 2nd, 5th, 6th and 8th districts of Budapest are those mainly endangered by crime. These are quarters characterised by a high proportion of commercial accommodation and are increasingly visited by tourists due to unique attractions.

Spatial differentiation in pickpocketing can be instrumental in tracing relationship between urban tourism and crime. More than two thirds of pickpocketing cases with foreign aggrieved person occurred in three districts (1st, 5th and 8th) mostly frequented by tourists, though for different reasons. Criminological prerequisites of theft is the crowd and a careless, absent-minded victim. These conditions prevail in the 1st district in vehicles of mass transportation going to the Buda Castle and at the Southern Railway Station, in the 5th district in nodes of public transport, chiefly at the underground junction and subway system of Deák tér while in the 8th district at the Eastern Railway Station and in its vicinity and at the 'Comecon market' of Józsefváros, all with a high occurrence of pickpocketing.

Concentration of criminal cases with foreign aggrieved persons shows a high coincidence with certain nodes of tourists' routes. Areas with no tourist attraction have proven to be less endangered than starting places of tourist flow or its destinations. Crimes affecting private cars were especially common in the car parks surrounding Buda Castle, virtually unguarded (parking at Buda Castle and in the neighbouring residential quarter is prohibited for outsiders and possible with special permission only). Cars left in the surroundings of medical baths or close to nightclubs are also increasingly vulnerable.

Translated by László Bassa

Irodalom

1. ABELLA M. 1968: A balatoni üdülőkörzet regionális fejlesztésének földrajzi vonatkozásai. Kézirat. MTA FKI Könyvtára. Budapest. 7. p.
2. ALMÁDY G. (szerk.) 1900: Budapest idegenforgalmának emelése érdekében tett intézkedések ismertetése. Budapest. Pesti Ny. 96 p.
3. ANTAL K. 1994: A falusi turizmus mint idegenforgalmi termék. Kereskedelmi Szemle. 12. pp. 35-37.
4. ANTAL K. 1993: Mi lesz veled fizetővendéglátás? Kereskedelmi Szemle. 7. pp. 25-27.
5. ASBÓTH H. 1992: A rendezvényturizmus múltja, jelene és jövője 1980-1990 között. Doktori disszertáció. BKE. 147.p.
6. ASHWORTH, G. J. 1987: Marketing the historic city: the selling of Norwich. In: R.C. Riley (ed.) Urban Conversation: International Comparisons, Occasional Paper No.7. Portsmouth University. Department of Geography. pp.51-67.
7. ASHWORTH, G. J. 1992: Is there an urban tourism? Tourism Recreation Research 2. pp.3-8.
8. AUBERT A. 1996: Turizmus tervezés, turizmus marketing. JPTE TTK. Regionális Társadalomföldrajzi Tanszék. Pécs. 240 p.
9. BAJTAI Z. 1992: A magyar utazási irodák szerepe Budapest idegenforgalmában 1988-1991 között. Szakdolgozat. KVIF Könyvtára. Budapest. 46 p.
10. BALOGH O.-SÁNDOR J. 1990: A Világkiállítással kapcsolatos idegenforgalmi fejlesztések területi összefüggései. Településfejlesztés. 1. pp. 42-51.
11. BARBIER, B. 1983: La géographie des loisirs urbains et péri-urbains. Norois. 30. pp. 591-596.
12. BENKE R. 1993: Közép-és Kelet Európa turizmusa. Kereskedelmi Szemle 12. pp.27-31.
13. BENYÓ J. 1932: Budapest fürdőváros és az idegenforgalom. Bethlen ny. 113. p.
14. BERÉNYI I. 1979: Jósavfő idegenforgalmi adottságainak értékelése különös tekintettel az idegenforgalomra. Földrajzi Közlemények, 27, pp.92-105
15. BERÉNYI I. 1981: Az üdülőtérületek területfelhasználásának kérdései Szentendre példáján. Területi Kutatások 4. pp. 109-118.
16. BERÉNYI I. 1992: Az alkalmazott szociálgeográfia elméleti és módszertani kérdései. Földrajzi tanulmányok 22. Akadémiai Kiadó. Budapest. 165 p.
17. BERÉNYI I. 1986: A települések természeti környezetének értékelése az idegenforgalom szempontjából. Idegenforgalmi Közlemények 3. pp. 3-9.
18. BERÉNYI I.-CSÉFALVAY Z.-POMÁZI I. 1986: Az idegenforgalom térszerkezeti problémái Szilvásváradon. Földrajzi Értesítő. 3-4. pp. 279-296.
19. BERZA L. (szerk) 1993: Budapest Lexikon I-II. Akadémiai Kiadó. Budapest. 1424 p.
20. BIHARI T. 1993: Budapest vendégei. Polgári Kalauz Budapest 1993. Városháza. pp. 266-267.
21. BLANK, U.-PETKOVICH, M. 1992: Tourism and urban development: the case of Venice, Italy. Tourism Recreation Research. 2. pp. 45-56.
22. BOCSÁK L. 1993: A kongresszusi idegenforgalommal összefüggő marketing-munka. In: Keresztes: Kereskedelem és piacgazdaság. pp. 212-216.
23. BOROS T.-NÉ 1994: A turizmus és a környezet védelme. OMIKK. Környezetvédelmi Füzetek.17. 28 p.
24. BOSITS Z. 1991: A fizetővendéglátás helye, szerepe hazánk idegenforgalmában. Szakdolgozat. KIVF Könyvtára. Budapest. 52 p.

25. BRITTON, S. 1991: Tourism, capital and place - Towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning.D. Society and Space* 4. pp.451-478
26. BUDAPEST... 1995: Budapest turizmusának fejlesztési koncepciója. Előterjesztés a Fővárosi Önkormányzat Közgyűlésére 09-229/1995. 11.p.
27. BUTOWSKI, L. 1993: Tourisme dans les grandes villes europeens approche des problemes choisis (approche des problemes choisis). *Acta Universitatis Carolinae*. 2. pp. 93-120
28. COMPLEX CD 1995, 1996: Jogtár, Kerszöv Computer Kft
29. CRIBIER, F. 1971: La geographie de la recreation en amerique anglo-saxonne. *Annales de Geographie*. 80. pp. 644-661
30. CSIMA P. 1988: A táj terhelhetősége az üdülőtérületi tervezésben. *Városépítés*. 1. pp. 26-28.
31. CSIZMADIA L. 1992: Fízetövendéglátás és falusi turizmus. Kereskedelmi és Idegénforgalmi Továbbképző. Budapest. 190 p.
32. CSORDÁS L. 1994: Szabadidő-lakások az Alföldön. Kandidátusi értekezés. MTA RKK. Kecskemét. 312 p.
33. CSORDÁS L.-SZABÓ G.. 1993: A falusi, tanyasi turizmus szervezésének és fejlesztésének feltételei az Alföldön. *Alföldi Tanulmányok*. 15. pp 137-161
34. CZIGLÉNYI L. 1974: A győri fürdők. *Győri tanulmányok*.3. pp. 107-133.
- 34.a CZEGLÉDI, J.: Korunk Turizmusa. Panoráma, 1983. Bp. 362 p.
35. DACHARY, M. 1966: Az idegenforgalmi expanzió problémái. Az AIEST XVI. Kongresszusa 1965. Panoráma. Budapest. 236.p.
36. DEFERT, P. 1966: Az idegenforgalom mint a földrajzi megismerés tárgya. Kézirat. MTA FKI. Könyvtára 17 p.
37. DEFERT, P. 1967: Az idegenforgalmi telepítés. Kézirat MTA FKI. Fordította: Kerekes Sándor. 24 p.
38. DONGÓ P. 1976: A főváros gyógyfürdő és üdüléstügye. Budapest. 9. pp. 28-29.
39. ENYEDI GY. 1995: Városverseny, várospolitiká, városmarketing. *Tér és Társadalom*. 9. 1-2. pp. 1-3.
40. ENYEDI GY. 1996: Regionális folyamatok Magyarországon. *Ember-Település-Régió*. Budapest. 138 .p
41. FARAGÓ H. 1993: Rendezvényszervezés. KOTK. 111. p.
42. FEATHERSTONE, M. 1990: Perspectives on consumer culture. *Sociology* 1. pp.5-22.
43. FRED VAN RAAIJ - DICK A. FRANCKEN 1984: Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*. Vol. 11. pp. 101-112.
44. FORSTER, P.K. 1998: *Euro City Survey*. London.
45. FŐVÁROS... 1995: A főváros turisztikai szervezetének kialakítása, alapító okiratának jóváhagyása, valamint javaslat az idegenforgalmi adó felhasználására. Előterjesztés a Fővárosi Önkormányzat Közgyűlésére 09-230/1995. 18.p.
46. FÜLÖP G. 1994: Arculattervet Budapestnek. *Reklámgazdaság* 4. pp.1-4
47. GÁLDI L. 1986: A Bükk természeti adottságainak idegenforgalmi földrajzi szempontú értékelése. *Földrajzi Közlemények*. 1-2. pp. 79-95.
48. GARIÉPY, M. 1995: Anticipation et prise en compte des impacts cumulatifs. A propos du developpement touristique en milieu urbain. *Cahiers de Géographie du Québec* 39. pp. 255-273
49. GEGELYNÉ B.R. 1986: Az idegenforgalom előnyei és hátrányai a helyi lakosok számára. *Kereskedelmi Szemle* 11. pp. 87-92
50. HAFFNER B. 1996: A kongresszusi turizmus feltételei Magyarországon. Szakdolgozat. Kereskedelmi Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola. 69.p.

51. HARTMANN, R. 1984: Ein „Touristentag“ in der Stadt- methodische Betrachtungen zum Stadtetourismus dargestellt am Beispiel der Europareisen junger nordamerikanischer Touristen. Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie. 3-4. pp. 145-156.
52. HENTIG, H. 1961. Das Verbrechen I. Der kriminelle Mensch im Kräftespiel von Zeit und Raum. Springer Verlag. Berlin. 212 p.
53. HERBERT, D.T. 1982. The geography of urban crime. Longman, London 120 p.
54. HEROLD, H. 1968: Kriminalgeographie, Ermittlung und Untersuchung der Beziehungen zwischen Raum und Kriminalität. Grundlagen der Kriminalistik, Band 4. Steintor Verlag, Hamburg. pp. 201-244.
55. HORVÁTH Á.-SÁNDOR J. 1995: Az idegenforgalom fejlesztési kérdései Pécs és Komló térségében Kereskedelmi Szemle 3. pp. 32-36.
56. HORVÁTH F. 1990: A magyar vasút 100 évvel ezelőtt. Közlekedéstudományi Szemle. 7. pp. 329-337.
57. HORVÁTH M.T. 1994: A „haza szíve“. A főváros és környékének közigazgatásáról. Falu-város-régió 2. pp. 37-41.
58. HORWATH, W. 1992: Budapest als Fremdenverkehrsstandort - Aktionsräume und Gästestrukturen. München. Ludwig-Maximilians-Universität 95 p.
59. HOSSZÚ K. 1996: A külföldiek fogyasztási szokásai 1994. KSH. 38 p.
60. HUNZIKER, W. 1966: Az idegenforgalmi expanzió problémái. Az AIEST XVI. Kongresszusa 1965. Panoráma. Budapest. 236. p.
61. HUPUCZI L. 1978: Hajdúszoboszló - gyógyidegenforgalmi és szociálturisztikai központ. Kereskedelmi Szemle. 12. pp. 40-42.
62. HVG 1996: Idegenforgalmi kívánságlista, turista számai. 96/03/30. pp.111-114.
63. IMRE J. 1959: Budapest idegenforgalmának szállodai helyzete. Megyei és Városi Statisztikai Értesítő. pp. 97-110.
64. IMRE J. 1983: Budapest hosszútávú idegenforgalmi fejlesztésének koncepciója. KERSZI. 108. p.
65. IMRE J. 1991: A kongresszusi, incentive, klub és gyógyidegenforgalom. Útjelző. Novorg. 48. p.
66. IVANCSICS I. 1993: Az igazgatási szintek kompetenciája a terület- és településfejlesztésben. Település, gazdaság, igazgatás a térben. MTA RKK Pécs pp. 93-104.
67. a. JANDALA CS. A turizmus közgazdasági elemzésének módszerei. KIT Kft. 1993. Bp. 218 p.
67. JANDALA CS.-GUBÁN P. 1994: A természeti és kulturális alapú ökoturizmus Magyarország turizmus fejlesztésének egyik lehetséges útja. Kereskedelmi Szemle. 35. pp. 30-33.
68. JANSEN-VERBEKE, M. 1986: Recreational behaviour and attitude of inner city wellers. Bevas-Solberg 2. pp. 239-259.
69. JIRÚ E. 1990: A kongresszusi turizmus fejlődése. Kereskedelmi Szemle. 31. 4. pp. 21-23.
70. JOÓ M. 1993: A magánérő szerepe hazánk idegenforgalmában. Szakdolgozat. KIVF Könyvtára. Budapest. 45 p.
71. JUHÁSZ L. 1991: Budapest idegenforgalmának fejlesztési stratégiája 2000-ig. Stratégiai menedzsment a turizmusban. Budapest. Kandidátusi értekezés. BKE Könyvtára. 228 p.
72. K.A. 1999: Készülő teljesítménymutatók. Heti turizmus. 26. pp. 1.
73. KÁLNOKI KIS S. 1994: A közlekedésfejlesztés időszéri feladatai a terület-és

településfejlesztés tükrében. Falu-Város-Régió. 5. pp. 24-27.

74. KARBUCZKY I. 1988: Budapest idegenforgalmi piaca, meghatározó szerepének jövője. Kereskedelmi Szemle 4. pp. 49-54.

75. KARBUCZKY I. 1975: A Duna-mente idegenforgalmi hasznosítása. Figyelő. 6.

76. KARBUCZKY I.-MAKAYNÉ 1993: A magyarországra látogató külföldiek turisztikai motivációi... Konfidencia-Professzor Kft. Kézirat. KVIF Könyvtár 312 p.

77. KARBUCZKY I.-SÁNDOR J. 1984: Budapest és környéke idegenforgalmának egyes jellemzői. Kereskedelmi Szemle. 5. pp. 23-29.

78. KASPAR, C. 1992: Turisztikai alapismeretek. KIT. Budapest 158 p.

79. KELETI J. 1994: A fővárosi utak állapotáról. Falu-Város-Régió. 6-7. pp.14-15.

80. KEMÉNY B. 1975: Budapest és az agglomerációs övezet üdülési és idegenforgalmi tervjavaslata. Városepítés. 6. pp. 17-24.

81. KENÉZ GY.-NÉ 1995a: A falusi turizmus jövőjéről. Kereskedelmi Szemle. 7. pp. 20-21.

82. KENÉZ GY.-NÉ 1995b: Együttműködés, szövetkezetesítés a falusi turizmus fejlesztése érdekében. A falu. 1. pp. 59-62

83. KISS GY. 1958: Idegenforgalom, fürdők. A budapesti várospolitiká 1873-44. pp. 375-76.

84. KLUCZKA, G. 1996: A budapesti belváros átalakuló funkciói. pp. 19-28. In: Dövényi Zoltán (szerk) Tér-gazdaság-társadalom, 22 tanulmány Berényi Istvánnak. MTA FKI. Budapest 395 p.

85. KOLLARIK A. 1991: Területfejlesztés, környezetvédelem és az idegenforgalom. (Természeti erőforrások és gazdaságföldrajzi adottságok) BKE-AULA. Budapest. 187 p.

86. KOLLARIK A. 1992: A turizmus nemzetközi földrajza válogatott országok példáján. KITV. Budapest. 217 p.

87. KOLLARIK A. 1993: A turizmus földrajzi alapjai. KIT, Budapest. 178 p.

88. KÓRÓDI J. 1967: Megjegyzések az idegenforgalom földrajzáról. Földrajzi Értesítő. pp. 290-293.

89. KÓRÓDI J.-SOMOGYI S. 1968: Idegenforgalmi földrajz I-II. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Budapest. 619 p.

90. KOVÁCS D. 1993: Fordulópont előtt a magyar falusi turizmus? A falu. 1. pp. 57-65.

91. KOVÁCS I. 1993: A főváros idegenforgalmi vendéglátóegységeinek helyzete, a továbbfejlesztés célkitűzései, megvalósításának lehetősége. Szakdolgozat. KVIF Könyvtára 47 p.

92. KOVÁCS L. (szerk.) 1997: Kiállítások és vásárok Magyarországon. VI. évfolyam. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara. 161.p.

93. KOVÁCS Z. 1992: A budapesti bér lakásszektor privatizációjának társadalmi és város szerkezeti hatásai. Tér és Társadalom. 3-4. pp. 55-73.

94. KOVÁCS Z. 1989. A bűnözés földrajz lehetőségei hazánkban. Műhely 9. MTA FKI. 11 p.

95. KOVÁCS Z. 1990. A bűnözés földrajz szerepe a városi környezetminőségben. Műhely 6. MTA FKI. 6 p.

96. KOVACSICSNÉ N.K. 1978. Bevezetés a kriminál informatikába. Akadémiai Kiadó Budapest. 227 p.

97. KOZMA G. 1995: A város marketing mint a helyi gazdaság fejlesztés egyik lehetséges eszköze. Tér és Társadalom. 9. 1-2. pp. 37-54.

98. KÖVES T. et al. 1997: Fővárosi Turisztikai Nap. Vitaanyag. Turizmus. 36. 515. Melléklet I-VII.

99. KRANITZ M. 1977. A bűnözés területi eltéréseinek kutatásáról. Kriminológiai és kriminalisztikai tanulmányok 14. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Bp. pp.151-200.
- 100.KSH 1910, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 1995: Budapest (Székesfőváros) Statisztikai Évkönyvei.
- 101.LAW, C. M. 1993: Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities. London.Mansell 175 p.
- 102.LEIPER, N. 1990: Tourism systems: an interdisciplinary perspective. Palmerston North. Department of Management Systems Occasional Paper 2., Massey University. 35 p.
- 103.LENGYEL M. 1977: Milyen szerepet játszhat a termálviz a magyarországi idegenforgalomban? Területrendezés. Különszám. pp. 20-24.
- 104.LENGYEL M. 1992: A turizmus általános elmélete. KIT. Budapest. 212. p.
- 105.LENGYEL M. 1993a: Budapest turizmusának fejlesztési koncepciója. Kereskedelmi Szemle 2. pp. 29-37, 3. pp 29-38
- 106.LENGYEL M. 1993b: Közép-és Kelet Európa turizmusának helyzete és perspektívája. Kereskedelmi Szemle. 9-10. pp. 33-38
- 107.LERS V. 1993: Környezetkimélő tömegközlekedés Budapesten. Közlekedéstudományi Szemle. 8. pp. 291-295.
- 108.LETTRICH E. 1970: Tihany szociálgeográfiai képe. In: Tihany. Magyarázó a Balaton környéke 1:10000-es építésföldtani térképsorozatához.MÁFI, Budapest pp.96-102
- 109.LETTRICH E. 1972: Helyzetkép a szociálgeográfia mai állásáról. Földrajzi Értesítő. 21. pp. 359-366
- 110.LISZKAY K.-KISS M. 1994: Budapest Főváros Általános Rendezési Terve, Program. Budapest Főváros Önkormányzata Polgármesteri Hivatala 144 p
- 111.LOWE, M. 1994: A közlekedés újrafeltalálása. In. A Világ helyzete. Budapest. pp. 79-97
- 112.MAIER, J. 1972: München als Fremdenverkehrs-Stadt-Geographische Aspekte Freizeitverhaltens in einer Grosstadt, in: Mitteilungen der Geographischen Gesellschaft in München, Bd.57. Regensburg. pp.51-91.
- 113.MARIOT, P. 1983: Geografia cestovného ruchu. Bratislava. 249 p.
- 114.MARKOS B.-KOLACSEK A. 1961: Idegenforgalom. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. 376 p.
- 115.MARTONNÉ E. K. 1988: Szociálgeográfiai vizsgálatok Miskolc rekreációs övezetében. Területi Kutatások 8. Elmélet-Módszer-Gyakorlat. MTA FKI. Budapest pp. 15-29.
- 116.MARTONNÉ E. K 1992: A miskolciak városkörnyéki rekreációja. Földrajzi Közlemények. 3-4. 143-162.
- 117.MASON, P. 1992: Tourism and the environment - facts and figures. Industry and Environment.15. 3-4. pp 6-9.
- 118.MATERN, V. 1982: Der Einzelhandel der Stadt Salzburg - eine funktionale methodologische Untersuchung. Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft. 124. pp. 131-159.
- 119.MICHALEK, A. 1995. Spatial differentiation of criminality and chosen criminal acts in the Slovak Republic (on the level of districts). Geograficky Casopis 2. Bratislava, pp.93-108.
- 120.MICHELBERGER P. 1994: Közlekedés és környezet. Magyar Tudomány.6. pp 699-702.
- 121.MINCA, C. 1995: Considerazioni su turismo itinerante, viaggio e terzo mondo.

- Dipartimento di Scienze Geografiche e Storiche. Università di Trieste. 19 p.
122. MIRABELLA, T. 1965: A turizmus mint a társadalmi közeledés eszköze. Az idegenforgalmi expanzió problémái. Az AIEST XVI. Kongresszusa. Panoráma. 236 p.
123. MONTANARI, A. - MUSCARA, C. 1995: Evaluating tourist flows in historic cities: the case of Venice. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*. 1. pp. 80-87.
124. MOLNÁR J. 1984: A város és a bűnözés. Kriminológiai és kriminalisztikai tanulmányok 21. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Bp. pp.99-136.
125. MULLINS, P. 1991: Tourism urbanisation. *International Journal of Urban and Regional Research* 3. pp. 326-342.
126. MUNDRUCZÓ GY.-NÉ 1991: Az idegenforgalom és a Budapest - Bécs világkiállítás multiplikátor hatása. *Kereskedelmi Szemle* 6. pp. 19-24.
127. NEUGEBAUER J. 1997: International Conferences and Exhibitions in Hungary. Magyar Kongresszusi Iroda Egyesülés. 33.p.
128. OLASZ E. 1991: Csak beutazással foglalkozó utazási iroda saját árualapjának megtermelése és értékesítése. Szakdolgozat. KIVF Könyvtára. 65 p.
129. PAGE, S. J. 1989: Tourist development in London Docklands in the 1980s and 1990s. *GeoJournal* 3. pp.291-295.
130. PAGE, S. J. 1995: *Urban Tourism*. London. Routledge. 269 p.
131. PAIN, R. 1991. Space, sexual violence and social control: Integrating geographical and feminist analyses of women's fear of crime. *Progress in human geography* 4. pp. 415-431.
132. PÁLNÉ KOVÁCS I. 1993: A területfejlesztés és az önkormányzati rendszer összefüggései. Település, gazdaság, igazgatás a térben MTA RKK Pécs pp. 105-116
133. PARTZSCH D. 1964: Zum Begriff der Funktionsgesellschaft. *Mitt. d. Dt. Verband. f. Wohnungswesen, Städtebau u. Raumplanung*, pp. 24-42.
134. PEARCE, D. G. 1989: *Tourist Development*. London. 225 p.
135. PEARCE, P. 1982: *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Oxford. 174 p.
136. PÉCSI M. 1967: III. Idegenforgalmi Kollokvium. 1966. Budapest. Panorama. 364 p.
137. PÉCSI M. (szerk) 1989: Magyarország Nemzeti Atlasza. Kartográfiai Vállalat. Budapest 395. p.
138. PERCZEL GY.-TÓTH J. 1994: Magyarország társadalmi, gazdasági földrajza. ELTE, p.274-287.
139. PÖLÖSKÉY L. 1990: Pontosan mutatják-e a statisztikai adatok a bűnözés helyzetét ? *Belügyi Szemle* 9. pp.14-22.
140. PRESTON, R.E. 1992: Christaller's research on the geography of administrative areas. *Progress in Human Geography*. 16. pp. 523-539.
141. RADICS I. 1986: A terület és településfejlesztés hosszú távú feladatai a környezetvédelemmel, üdüléssel, az idegenforgalommal összefüggésben. *Területi Statisztika*. 4-6. pp. 449-458.
142. a. RITTER, W. 1970: Európa idegenforgalma. Az idegenforgalom földrajzi vonatkozásai. Kézirat. MTA FKI. Könyvtára.
142. RÉTI P. (szerk) 1995: Irány a periféria-Budapesti irodaházak felszerelése HVG. 95/11/25. pp.90-96.
143. ROBINSON, H. 1976: *A geography of tourism*. Macdonald and Evans. London. 476 p.
144. RUISZ R. 1938: Budapest fürdőváros és idegenforgalma. *Fürdőügyi Szemle*. I. pp. 22-26.
145. SÁNDOR J. 1983: A Mátra-Bükk helye a tájegységek idegenforgalmában.

Területi Statisztika. 6. pp. 668-679

146.SÁNDOR J. 1986: A Dunakanyar idegenforgalmának jövője. Kereskedelmi Szemle. 8. pp. 27-32.

147.SÁNDOR J. 1989a: Idegenforgalmunk terület, ill. infrastruktúra fejlesztő aspektusai. Településfejlesztés. 4. pp. 52-68

148.SÁNDOR J. 1989b: Mecsek-Villány üdülőkörzet kívánatos jövője és főbb fejlesztési feladatok. Kereskedelmi Szemle. 7. pp. 39-43.

149.SÁNDOR J. 1990: Nemzetközi aktív idegenforgalmunk alakulása az ezredfordulón. Településfejlesztés 1. pp. 65-73.

150.SCHIFLEIN, S. 1994: Freizeit als Fak-Stadtentwicklungspolitik und planung. Stadtmarketing für mehr Lebensqualit? Rhein-Mainische Forschungen 113. 298 p.

151.SELLYEY N. 1993: Budapest termál és gyógyvízkészleteinek idegenforgalmi hasznosítása. Szakdolgozat. KVIF Könyvtára. 58 p.

152.SHAW, G.-WILLIAMS, A. 1994: Critical Issues in Tourism: A Geographical Perspective. Oxford. 234 p.

153.SHIELDS, R. 1989: Social spatialization and the built environment: the West Edmonton Mall. Environment and Planning D. Society and Space 7. pp. 147-164.

154.SIKLÓI GY. 1990. A városi bűnözés és a bűnüldözés helyzete. Belügyi Szemle 1. pp.3-10.

155.SMITH, V.L. 1989: Hosts and Guests: The Antropology of Tourism. Philadelphia: University of Pennsylvannia Press. 153 p.

156.SOMOGYI S. 1981: Magyarország természeti adottságai az országos üdülőtérületi terv szempontjából. MTA FKI. Budapest 164 p.

157.SOMOGYI S. 1987: Magyarország természeti adottságainak idegenforgalmi szempontú értékelése. Elmélet, módszer, gyakorlat. MTA FKI. Budapest. 151 p.

158.SQUIRE, S.J. 1994: Accounting for cultural meanings the interface between geography and tourism studies re-examined. Progress In Human Geography 18. pp.1-16.

159.SUCHA, S. M. 1996: Német-cseh turizmus: kanyargó folyók, ódon várak és festői hegyek között. Deutschland. 2. pp.38-39.

160.SZADÁNYI E.-JENEI B. 1996: A Belváros-Lipótváros idegenforgalmi elemzése. ELTE TTK Földrajzi Tanszékek. Kézirat. 10.p.

161.SZEDERKÉNYI L. 1992: Az aktív sportidegenforgalom lehetőségei Budapesten és környékén. Szakdolgozat. KVIF Könyvtára. 65 p.

162.SZÉKELY GY-NÉ 1993: ÁFA a kereskedelembe. Privát Profit. 1. pp. 84-86.

163.SZEMRÉDI J. 1995: Budapest turizmusának fejlesztési koncepciója. Kézirat. 113 p.

164.SZEMRÉDI J. 1996: Budapest és a turizmus. A Fővárosi Turisztikai Nap vitaanyaga. Turizmus. 2. Melléklet. pp. I-VIII.

165.SZIGETI E. 1974: A nemzetközi és a magyar idegenforgalom területi struktúrája és vizsgálatának módszerei. Kandidátusi Értekezés. MTA FKI Könyvtára. 215 p.

166.SZONDA IPSOS 1993: A külföldiek mítoszai a városról. Népszabadság 93/05/23 pp.10.

167.SZÜCS A. 1995: Az idegenforgalmi főszezon Kereskedelmi Szemle 1. pp. 45-47

168.TAKÁCS A. 1992: Fizetővendéglátás és adózása. Füstí Omega. Budapest 41p.

169.TAKÁCS J. 1975: Budapest szerepe és jelentősége az idegenforgalomban. Idegenforgalom 17. pp. 8-9.

170.TASNÁDI J. 1992: A turizmus fajtái, formái és a turisztikai vállalkozások piaci

stratégiája. Kereskedelmi Szemle 9-10. pp.35-38

171. THIRRING G. 1925: Budapest félszázados fejlődése 1873-1923. Statisztikai Közlemények. 53. pp. 94-130.

172. TIETZ, B. 1980: Handbuch der Tourismus-Wirtschaft. München. 189 p.

173. TINER T. 1989: Zsákutcában. (Töprengések az autó és a nagyváros egyre tragikusabban alakuló viszonyáról). Tér és Társadalom.3. pp. 35-51.

174. TINER T. 1994: A városi személyközlekedés problémáinak földrajzi vizsgálata Bécs-Budapest példáján. Földrajzi Értesítő. 3-4. pp. 365-380.

175. TOSICS I. 1998: Budapest Középtávú Fejlesztési Koncepciója. Kézirat.

176. TÓTH A. 1986: Közép-tiszavidéki régió idegenforgalmi adottságai és a továbbfejlesztés lehetőségei. Állam és Igazgatás. 9. pp. 849-853.

177. TÖNK M. 1995: A konferenciaturizmus helyzete Magyarországon. Szakdolgozat. Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola. 54. p.

178. TRIZNA J. 1997: A kongresszusi és az incentive turizmus helyzete, fejlesztési lehetőségek. Előterjesztés az OIB részére. Kézirat. 12. p.

179. TURÁNSZKY M-NÉ. 1975: Múlt, jelen és jövő a Balaton partján I-V. Idegenforgalom 7-11. pp.15-17, 15-17, 18-19, 11-12, 10-11.

180. UNESCO 1976: The effects of tourism on socio-cultural values. Annals of Tourism Research 4. pp.74-105.

181. URRY, J. 1990: The consumption of tourist. Sociology 24(1) pp. 23-35

182. VARGA B. 1991: A rendezvényturizmus az idegenforgalom speciális területe. Doktori disszertáció. BKE. 119.p.

183. VAS GY. 1989: Budapest idegenforgalmának távlatai. Doktori disszertáció. MKKE Könyvtára. 124 p.

184. VAVRÓ I. 1995: A bűnözési gyakoriság területi különbségei. Statisztikai Szemle. 4-5. KSH. pp. 355-366.

185. VÁG A. 1982: Pillanatkép a nagyvárosi bűnelkövetők makroszociológiájáról. Kriminológiai és kriminalisztikai tanulmányok 19. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. Bp. pp.59-113.

186. VÁRNAI P. 1996: Idegenforgalmi Kézikönyv. M and G Marketing. 292. p.

187. VETTER, F. 1986: Critères de Définition du Tourisme des grandes Métropoles, in: Grosstadt-tourismus, Hrsg. Vetter, F. Berlin. pp. 26-30.

188. WIGAND, R. 1965: Fremdenverkehrsgebiete in Europa. Festschrift Leopold G. Scheidl zum 60. Geburtstag. I. Teil Wien. pp. 288-306. (Az idegenforgalom földrajzi vonatkozásai) Fordította: OFFI. Kézirat. MTA FKI Könyvtára.

189. WINTERNITZNÉ-KUBESCH M. 1990: Budapest. Városnézés magyar nyelven. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző. Budapest. 101 p

190. WITT, W. 1970: Fremdenverkehr und Landesplanung. (Idegenforgalom és területi tervezés). Kézirat. Fordította: Kerekes Sándor. MTA FKI Könyvtár. 33 p.

191. WÖBER, K. 1998: City Tourism in Europe. FECTO's Statistical Report. Bécs.

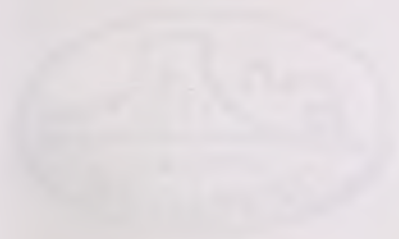
192. ZILAHY D. 1932: Jelentés Budapest 1932. évi idegenforgalmának gazdasági eredményeiről. Budapest Székesfőváros Idegenforgalmi Hivatala.

193. UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS kiadványai.

18. A társaságok közti költő: a társaságok közötti költő.
 19. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 20. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 21. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 22. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 23. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 24. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 25. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.

26. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 27. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 28. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 29. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 30. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 31. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.
 32. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.

33. A társaságok közötti költő: a társaságok közötti költő.



ERAYIS

DR. MICHALKÓ GÁBOR geográfus, a földrajztudomány kandidátusa.

1993-ban szerzett a Kossuth Lajos Tudományegyetemen történelem-földrajz szakos középiskolai tanári diplomát. Ezt követően akadémiai ösztöndíjasként, tudományos munkatársként, majd főmunkatársként az MTA Földrajztudományi Kutató Intézet Gazdaság- és Társadalomföldrajzi Osztályán dolgozik. A szociálgeográfia és a turizmus témakörében több mint húsz tanulmány és könyvfejezet szerzője. Vizsgálati eredményei különböző (I. kerület, Budapest, Budapesti Agglomeráció) turizmus- és területfejlesztési koncepciókban hasznosításra kerültek.

Az intenzív kutatómunka mellett az oktatásban is részt vesz. 1995 - 1999 között a JPTE Törökbálinti Kísérleti Iskolájában tanít, 1998-ban az ELTE Regionális Földrajzi Tanszékén meghívott előadóként speciálkollégiumot vezet. Jelenleg a Veszprémi Egyetem Tanárképző Karán a turizmusoktatás pedagógiai kérdéseivel foglalkozik.

Munkája elismeréseként 1998-ban Akadémiai Ifjúsági Díjban részesült.



Michalkó Gábor
A városi turizmus elmélete és gyakorlata

A könyv önálló kutatási eredményekre alapozva mutatja be a városi térben zajló turizmus sajátos társadalmi, gazdasági vonatkozásait. Feltárja a városi turizmus szereplőinek érdekviszonyait és konfliktusait. Kiemelten foglalkozik az önkormányzatok turizmuspolitikájával, a fizetővendéglátás problematikájával, a konferenciaturizmusban rejlő lehetőségekkel, a turisták térbeli magatartásával, továbbá a bűnözés és a turizmus összefüggéseivel.

A szerző 1995–1998 között végzett budapesti vizsgálatait – a fenntartható fejlődés érdekében – a turizmus interdiszciplinális szemléletű megközelítésének szükségességét támasztották alá. A turizmus alaptudományai, a földrajz és a közgazdaságtan mellett épít a szociológia, a néprajz és a kriminalisztika legújabb eredményeire.

E hiánypótló könyvet mind a hallgatók, mind az oktatók egyaránt használhatják a közép- és felsőfokú oktatásban, a szak- és továbbképzésben, de a turizmus bármely területén dolgozók önművelésére is alkalmas.